



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE - ICA
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

ANDRESSA MACEDO CHAGAS E MATEUS LIMA DE SOUSA

**SONIFICA: ACERVO COLABORATIVO MULTIMÍDIA SOBRE AS MEMÓRIAS
SONORAS E VIVÊNCIAS DO ICA PICI**

**FORTALEZA
2025**

ANDRESSA MACEDO CHAGAS E MATEUS LIMA DE SOUSA

SONIFICA: ACERVO COLABORATIVO MULTIMÍDIA SOBRE AS
MEMÓRIAS SONORAS E VIVÊNCIAS DO ICA PICI.

Projeto Experimental apresentado ao
Curso de Comunicação Social -
Publicidade e Propaganda do Instituto
de Cultura e Arte da Universidade
Federal do Ceará, como requisito parcial
para obtenção do título de Bacharel em
Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof. Dra. Silvia Helena
Belmino Freitas.

FORTALEZA

2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária
Biblioteca Central do Campus do Pici Prof. Francisco José de Abreu Matos

-
- C424s Chagas, Andressa Macedo.
Sonifica : acervo colaborativo multimídia sobre as memórias sonoras e vivências do
ICA Pici / Andressa Macedo Chagas, Mateus Lima de Sousa. – 2025.
69 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará,
Instituto de Cultura e Arte, Curso de Comunicação Social (Publicidade e Propaganda),
Fortaleza, 2025.
Orientação: Profa. Dra. Silvia Helena Belmino Freitas.
1. Memória coletiva. 2. Patrimônio cultural – Proteção. 3. Universidade Federal do
Ceará – Instituto de Cultura e Arte. I. Sousa, Mateus Lima de. II. Título.

CDD 070.5

ANDRESSA MACEDO CHAGAS E MATEUS LIMA DE SOUSA

SONIFICA: ACERVO COLABORATIVO MULTIMÍDIA SOBRE AS MEMÓRIAS
SONORAS E VIVÊNCIAS DO ICA PICI.

Projeto Experimental apresentado ao
Curso de Comunicação Social -
Publicidade e Propaganda do Instituto de
Cultura e Arte da Universidade Federal do
Ceará, como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em
Publicidade e Propaganda.

Aprovados em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dra. Silvia Helena Belmino Freitas (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Me. Antônio César da Silva
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Pedro Silva Marra
Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)

AGRADECIMENTOS

Gostaria, primeiramente, de agradecer à minha família, em especial aos meus pais, André e Keilla, que sempre apoiaram minhas escolhas e contribuíram com o que podiam para que eu realizasse meus sonhos. Ao meu amor, Samuel, por estar sempre do meu lado e acreditar em mim mais do que eu mesma. Ao Chico, meu amor de quatro patas, que esteve do meu lado, fisicamente, durante o processo de desenvolvimento desse trabalho, me oferecendo conforto com suas lambidas. Aos meus amigos que são muito especiais, e principalmente ao meu colega de TCC, Mateus Lima, que deu a ideia e construiu esse projeto junto comigo, sendo meu parceiro nessa jornada e permitindo que o Sonifica pudesse existir.

Andressa Macedo

Agradeço a Deus por sempre estar comigo. À minha família por me apoiar e me acompanhar em diversos momentos. À minha cachorrinha Nina que continua me trazendo muitas alegrias. As amizades construídas ao longo dessa jornada e que tornaram a experiência universitária muito melhor, aqui em especial Vitoria, Nadiely e Antônio Henrique, grandes presentes que a Rastro me concedeu. Por fim, a Andressa Macedo por estar junto a mim nesse processo, por ter abraçado criativamente o Sonifica e tornado ele realidade.

Mateus Lima

Agradecemos à nossa orientadora Silvia Helena por confiar nesse projeto, nos incentivar e guiar para que ele pudesse existir, também aos membros na banca: César da Silva que viu os primeiros passos desse projeto e Pedro Marra que foi uma grande referência para elaboração do trabalho. Também aos professores que tivemos o privilégio de conhecer e que contribuíram com a nossa formação. Assim como, a Universidade Federal do Ceará e toda a comunidade do Instituto de Cultura e Arte que nos inspirou a produzir esse trabalho. Para finalizar, queremos agradecer as nossas amigas Luíza, Letícia e Mariana por serem nossas companheiras na jornada da graduação.

Os autores

RESUMO

O presente trabalho visa apresentar um projeto de acervo colaborativo multimídia, intitulado Sonifica, sobre as vivências da comunidade do Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceará, localizado no campus do Pici, a fim de resguardar a memória e dar voz aos discentes e docentes dos cursos que compõem o ICA. Desse modo, serão explorados, dentro do referencial teórico, conceitos de memória, lugar e paisagem sonora que irão fundamentar e nortear as decisões do trabalho prático. Além disso, foi utilizada a metodologia de pesquisa mista por meio de formulário e uma roda de conversa para coletar dados, opiniões e arquivos que foram usados na elaboração dos produtos. Assim, foi construído um tour virtual como produto principal que aloja e exibe os materiais do acervo, um zine que funciona como um material de apoio ao tour em mídia física, além de um stopper e um perfil no instagram que são produtos de divulgação na mídia externa e digital respectivamente. Por fim, os itens produzidos são efetivos em apresentar uma memória sonora do instituto, mas não são capazes de fornecer uma resposta direta e imediata em relação à efetividade do processo. No entanto, sinalizam uma alternativa viável à conservação das memórias e sua divulgação.

Palavras-chave: Memória sonora. Acervo coletivo multimídia. Instituto de Cultura e Arte. Tour virtual. Zine.

ABSTRACT

This study aims to present a collaborative multimedia archive project, titled Sonifica, focused on the experiences of the community of the Institute of Culture and Art (ICA) at the Federal University of Ceará, located on the Pici campus. The project seeks to preserve the collective memory and amplify the voices of students and faculty members of the programs that comprise ICA. Within the theoretical framework, concepts of memory, place and sound landscape will be explored to guide and substantiate the practical decisions of the project. Additionally, a mixed-methods research approach was employed, utilizing surveys and a focus group to collect data, opinions, and archival materials that were used in the development of the project's outputs. As a result, a virtual tour was created as the primary product, housing and displaying the archive's materials, alongside a zine that serves as a physical companion to the tour, as well as a stopper and an Instagram account, which function as external and digital promotional tools, respectively. Ultimately, the produced items effectively present an auditory memory of the institute, though they do not provide a direct or immediate measure of the process's effectiveness. Nevertheless, they represent a viable alternative for preserving and disseminating these memories.

Keywords: Sound memory. Collaborative multimedia archive. Institute of Culture and Art. Virtual tour. Zine.

SIGLAS

ICA INSTITUTO DE CULTURA E ARTE

ICA PICI INSTITUTO DE CULTURA E ARTE NO CAMPUS DO PICI

UFC UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Proposta inicial do site para a disciplina.....	13
Figura 2 – Proposta inicial dos conteúdos para o Instagram.....	14
Figura 3 – Proposta arquitetônica da nova sede do LABOMAR e do CTCN.....	16
Figura 4 – Parte da entrada principal do ICA Pic.....	24
Figura 5 – Divulgação do formulário em um grupo do WhatsApp.....	30
Figura 6 – Divulgação do formulário em um grupo do WhatsApp II.....	31
Figura 7 – Semestre ou função?.....	33
Figura 8 – Curso? (Se estiver formado, selecione o curso que concluiu).....	33
Figura 9 – Consentimento no uso de dados e depoimentos.....	34
Figura 10 – Termo de autorização.....	34
Figura 11 – Notificação para acessar os produtos.....	34
Figura 12 – Roda de conversa no ICA Pici (Silvia).....	39
Figura 13 – Roda de conversa no ICA Pici (Aluísio).....	39
Figura 14 – Peça de divulgação da roda de conversa.....	40
Figura 15 – Moodboard com referências de outros projetos do ICA.....	42
Figura 16 – Primeiro logotipo do projeto Sonifica.....	43
Figura 17 – Laje da área externa do ICA.....	44
Figura 18 – Jardim da entrada do ICA.....	44
Figura 19 – Intervenções nas paredes.....	44
Figura 20 – Escrita na parede.....	44
Figura 21 – Logotipo horizontal do Sonifica.....	45
Figura 22 – Logotipo vertical do Sonifica.....	45
Figura 23 – Selo do Sonifica.....	46
Figura 24 – Cores do Sonifica.....	47
Figura 25 – Scrapbook.....	47
Figura 26 – Processo de vetorização das intervenções.....	49
Figura 27 – Criação da padronagem.....	49
Figura 28 – Werner Herzog 360°.....	50
Figura 29 – Andressa: captura das imagens 360°.....	51
Figura 30 – Mateus: captura das imagens 360°.....	51
Figura 31 – Imagem 360° panorâmica do ICA.....	51
Figura 31 – Imagem 360° panorâmica do ICA.....	52
Figura 33 – Mockup zine A3.....	53
Figura 34 – Arte aberta do zine.....	54
Figura 35 – Exemplo de stopper.....	55
Figura 36 – Mockup Stopper Sonifica.....	56

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Categorização dos conteúdos multimídia recebidos pelo formulário.....	37
Tabela 2 – Planejamento de conteúdos para o Instagram.....	57

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO.....	15
3. JUSTIFICATIVA.....	18
4. OBJETIVOS.....	20
4.1 Objetivos Gerais.....	20
4.2 Objetivos Específicos.....	20
5. REFERENCIAL TEÓRICO.....	21
5.1 ICA.....	21
5.1.2 ICA Pici.....	22
5.2 Memória e Lugar.....	24
5.3 Paisagem sonora.....	26
6. METODOLOGIA.....	29
6.1 Pré-produção: método de pesquisa.....	29
6.2 Formulário.....	29
6.3 Análise quantitativa do formulário.....	32
6.4 Análise qualitativa do formulário.....	35
6.5 Análise dos arquivos enviados no formulário.....	37
6.6 Roda de conversa.....	38
7. DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO.....	41
7.1 Concepção da marca.....	41
7.1.1 Naming.....	41
7.1.2 Logotipo.....	41
7.1.3 Paleta de cores.....	46
7.1.4 Grafismos.....	47
7.2 Produto Principal: Tour Virtual.....	48
7.3 Estratégia de comunicação multicanal.....	52
7.3.1 Zine.....	53
7.3.2 Stopper.....	55

7.3.3 Produção de conteúdo.....	57
8. CONCLUSÃO.....	59
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	61
APÊNDICE A – TOUR VIRTUAL.....	64
APÊNDICE B – ZINE.....	65
APÊNDICE C – STOPPER.....	69
APÊNDICE D – INSTAGRAM.....	70

1. INTRODUÇÃO

Durante o período da nossa graduação no Instituto de Cultura e Arte (ICA) na Universidade Federal do Ceará (UFC), passamos por diferentes situações e períodos que marcaram nossas memórias e principalmente tornaram nossa experiência distinta de tantas outras. Enquanto o Mateus teve contato com o ICA ainda em 2019 (apesar de só ter iniciado suas aulas em 2020), a Andressa só iria ter essa oportunidade no ano seguinte.

Por questões da vida, ambos iniciamos a graduação em 2020, justamente quando se deu a propagação da pandemia da COVID-19. Sendo assim, cerca da metade da nossa experiência universitária ocorreu distante da universidade e do convívio com a comunidade acadêmica, algo que gerou uma certa expectativa para o momento em que de fato iríamos vivenciar a universidade. Ainda durante esse período, mesmo em semestres distintos, nossos caminhos se cruzaram em algumas disciplinas.

Quando aconteceu o retorno, fomos contemplados com um discurso recorrente que afirmava que tudo tinha mudado, que antes do isolamento social, a situação era melhor, as vivências eram diferentes. Fomos carregados, pelos membros mais veteranos da comunidade, de uma nostalgia e saudosismo de um período que era tão melhor que o atual, mas que infelizmente pouco era respaldado em vislumbres reais das situações. Apesar de ter acontecido em um passado recente, poucos possuíam de fato uma recordação real, além das memórias e histórias, alguns outros tinham fotos perdidas, mas nada que de fato fosse interativo e conseguisse expressar o entusiasmo na fala dos narradores e sentido pelos ouvintes das histórias.

Isso se manteve na nossa mente ao longo de toda a graduação até sermos instigados a desenvolver um trabalho para uma disciplina no penúltimo semestre, naquele período já havíamos nos tornamos amigos e lembramos do sentimento que foi viver a UFC de forma distinta, mas muito parecida. Então, começamos a pensar em uma maneira para guardar essas memórias e consegui repassá-las para futuras gerações. Dessa forma surgiu uma das forças motivadoras para a produção desse trabalho de conclusão de curso que iria envolver tantos

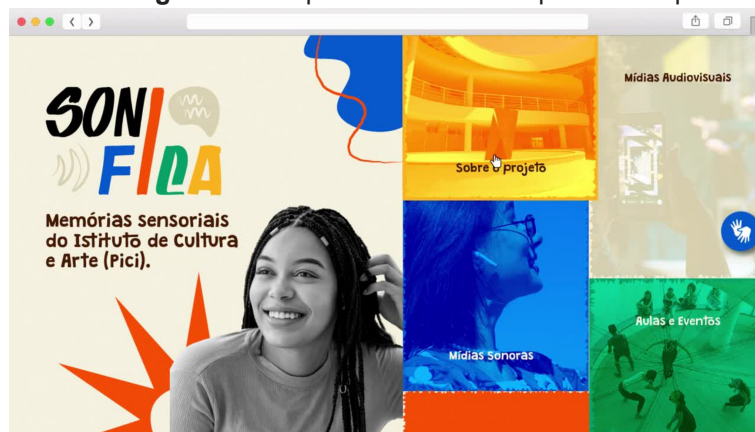
outros sentimentos e perspectivas que nos influenciaram e alteraram o rumo desse projeto.

O Sonifica nasceu como uma atividade para a disciplina de Comunicação, Música e Cidade, que foi ministrada pela prof. Dra Silvia Helena Belmino Freitas no semestre 2024.1 e era uma matéria optativa para o curso de Publicidade e Propaganda da UFC. Nossa ideia inicial foi criar uma cápsula do tempo que alocaria registros sonoros, visuais e audiovisuais de docentes, discentes e servidores-técnicos, como forma de preservar suas vivências e relações com o ICA no Campus do Pici. As plataformas idealizadas na ocasião foram um site e um perfil no Instagram.

No dia da apresentação, tanto a Silvia quanto o professor Dr. César da Silva, que foi convidado para prestigiar os trabalhos da turma, demonstraram interesse pelo Sonifica e sugeriram que tornássemos ele em um projeto de conclusão de curso. Após um tempo, decidimos seguir com a proposta e percebemos ao longo da jornada que essa foi a melhor decisão a ser tomada.

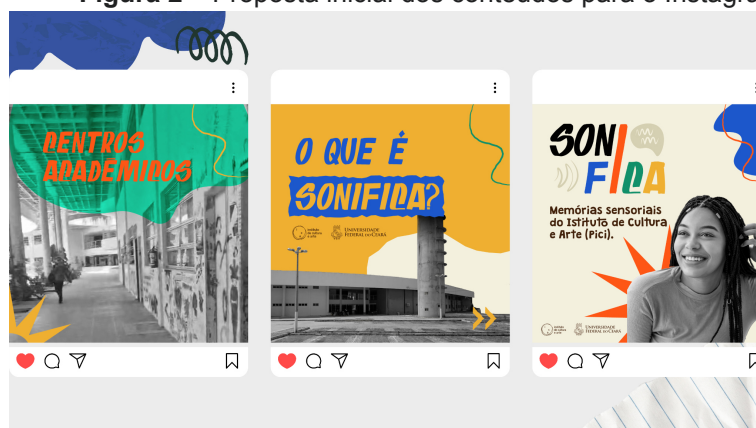
O principal caráter da nossa produção é entender sobre a importância do som na construção de memória, afinal foi através da oralidade que compartilham conosco sobre a vivência do Instituto de Cultura e Arte no Campus do Pici (ICA Pici) antes da pandemia e desse mesmo modo, queremos que as próximas gerações não só apenas saibam sobre quem viveu, ocupou e pertenceu nesse espaço, mas que também possam ouvir como era o cotidiano comum, mas simbólico, de qualquer um que desejasse colaborar conosco nessa iniciativa.

Figura 1 – Proposta inicial do site para a disciplina.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Figura 2 – Proposta inicial dos conteúdos para o Instagram.



Fonte: Colagem dos autores

Portanto, foi com esse misto de vivências e percursos (ou também pela falta deles) que desenvolvemos o Sonifica, um projeto que carrega consigo o senso de uma comunidade acadêmica que permanece viva e que ainda tem muito para ecoar sobre suas histórias.

É importante salientar que esse é um trabalho ‘não concluído’ visto que possui um caráter atemporal e de construção contínua, principalmente porque a memória no prédio do ICA segue sendo construída, portanto tudo o que está registrado nesse relatório marca apenas o começo da nossa jornada em busca de ecoar para as futuras gerações as memórias do instituto.

2. PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

Ao longo de 70 anos, a UFC tem investido continuamente na expansão de seus territórios, buscando criar novos polos estratégicos de ensino, pesquisa e extensão. A instituição com sede na cidade de Fortaleza foi criada a partir da Lei nº 2.373 em 16 de dezembro de 1954, e instalada em 25 de junho sendo constituída inicialmente pela Escola de Agronomia, a Faculdade de Direito, a Faculdade de Medicina e a Faculdade de Farmácia e Odontologia¹. Atualmente conta com 4 campi na capital: Pici, Benfica, Porangabuçu e o Instituto de Ciências do Mar conhecido como Labomar.

Em prol de requalificar os espaços universitários e otimizar sua infraestrutura para melhor atender às demandas acadêmicas e culturais, além de ser impulsionada por políticas de fortalecimento da educação superior pública, a instituição irá ter um novo campus, localizado na bairro Praia de Iracema em Fortaleza², que se apresenta como local estratégico para o desenvolvimento educacional e de integração da universidade com a cidade.

Essa expansão mostra como a universidade precisa se adaptar a um mundo cada vez mais inovador e conectado. Para Etzkowitz e Leydesdorff (2000), a universidade de hoje não pode ficar isolada, mas deve ser um espaço dinâmico, onde ensino, pesquisa e desenvolvimento se unem às necessidades da sociedade e do mercado. No modelo da Hélice Tríplice, criado pelos autores, a universidade tem um papel ativo na transformação econômica e social. Ela não só produz conhecimento, mas também aplica esse saber na prática, contribuindo para o crescimento da comunidade acadêmica e da região onde está localizada.

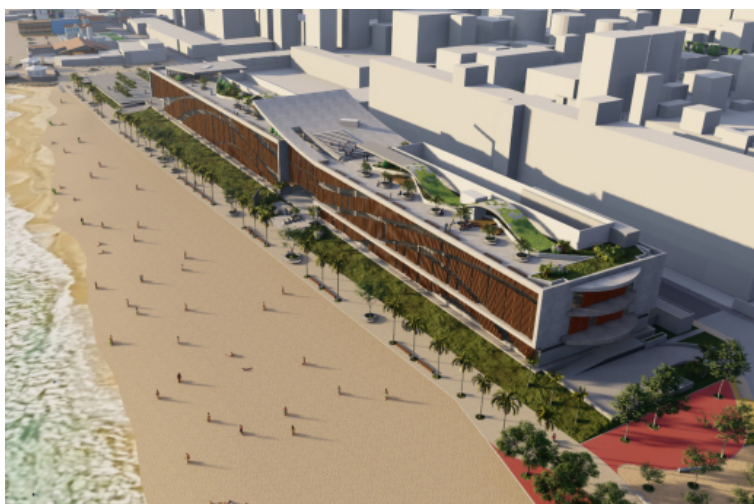
Sem data prevista para inauguração, a UFC já recebeu a transferência de titularidade do terreno onde estava localizado o antigo Edifício São Pedro, do imóvel pertencente à Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) onde está sediado o Centro de Encomendas e Entregas (CEE) dos Correios e da antiga estrutura do

¹ UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Histórico. Disponível em: <<https://acessoainformacao.ufc.br/pt/institucional/historico/>>. Acesso em: 11 de fevereiro de 2025.

² UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. UFC conclui licitação do novo Campus Iracema; obra será iniciada após elaboração do projeto executivo. 2025. Disponível em: <https://www.ufc.br/noticias/19223-ufc-conclui-licitacao-do-novo-campus-iracema-obra-sera-iniciada-aos-elaboracao-do-projeto-executivo>. Acesso em: 13 fev. 2025.

Acquario do Ceará, nesta última é onde será criada a nova sede do LABOMAR e do Centro Tecnológico de Ciências Naturais (CTCN).

Figura 3 – Proposta arquitetônica da nova sede do LABOMAR e do CTCN.



Fonte: Portal da UFC³.

Apesar de não haver a confirmação que outros centros acadêmicos serão realocados para o novo campus, visto que é um processo definido após estudos e debates nos colegiados da Universidade, já existem notificações de que os cursos do ICA serão realocados para o novo espaço, fato que preocupa alguns estudantes.⁴ Dessa forma, mesmo que nem todos os cursos optem por serem transferidos, haverá uma reestruturação que impacta não somente o espaço, mas principalmente naquilo que se conhece do instituto.

Ademais, a possível mudança não será apenas uma realocação física, mas também uma ruptura simbólica e afetiva com o espaço que abrigou inúmeras vivências acadêmicas, culturais e artísticas. Esse fato dialoga com a ideia de Lefebvre (1991) sobre o espaço como um produto social, moldado pelas interações humanas e do mesmo modo Pierre Nora (1984) também argumenta que existem espaços que acumulam significados históricos e se tornam lugares de memória,

³ UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. UFC conclui licitação do novo Campus Iracema; obra será iniciada após elaboração do projeto executivo. Portal UFC, 04 mar. 2024. Disponível em: <<https://www.ufc.br/noticias/19223-ufc-conclui-licitacao-do-novo-campus-iracema-obra-sera-iniciada-a-pos-elaboracao-do-projeto-executivo>>. Acesso em: 12 fev. 2025.

⁴ LANE, Karyne. Maré de mudança: o que pensam estudantes e professores do novo Campus Iracema. O Povo, 14 maio 2024. Disponível em: <https://mais.opovo.com.br/reportagens-especiais/ufc-acquario-campus-iracema/2024/05/14/mare-de-mudanca-o-que-pensam-estudantes-e-professores-do-novo-campus-iracema.html>. Acesso em: 12 fev. 2025.

representando símbolos da identidade coletiva. Nesse sentido, a possível transferência do ICA para o Campus Iracema altera mais do que sua localização geográfica; transforma o modo como sua comunidade se relaciona com o espaço.

Afinal, como o passado não é fixo, mas constantemente resignificado pelo presente (Traverso, 2012), essa transição pode levar ao apagamento de memórias coletivas, especialmente daquelas ligadas ao cotidiano, aos sons característicos do prédio e às experiências vividas por estudantes, professores e funcionários ao longo dos anos. Principalmente porque essa possível mudança não seria apenas uma reorganização física, mas um movimento que também alteraria os vínculos históricos e afetivos que a comunidade acadêmica construiu ao longo do tempo no atual campus do Pici.

Assim, o problema de comunicação do Sonifica pode ser resumido na seguinte questão central: Como preservar, registrar e disseminar as memórias sonoras e afetivas do ICA Pici, garantindo que elas continuem acessíveis e relevantes para as futuras gerações?

3. JUSTIFICATIVA

O ICA que se conhece hoje nem sempre se apresentou dessa forma, afinal sua história se iniciou com ele sendo apenas um órgão administrativo, que depois se tornou uma unidade acadêmica no Campus do Benfica e então, teve sua transferência para o Pici, tudo isso em torno de 10 anos (2003-2013). Dessa forma, também partimos do fato desse Instituto ter um registro de mudanças e transformações, principalmente do território que ocupa.

Nesse viés de mudanças, refletimos acerca da oralidade, destacada por Zumthor (2007) como um elemento essencial na transmissão de histórias e identidades, possuindo no contexto da UFC, valor e importância nos relatos individuais e coletivos que ecoam no espaço universitário. Diante disso, se o lugar que hoje o instituto se encontra não marca seu início, há vivências e memórias anteriores ao Pici que não acompanharam o ICA como um todo, principalmente porque mesmo que tenham sido repassadas de modo informal e oral por aqueles que ocuparam o ICA Benfica ou ICArapinima (nome que mescla a sigla do instituto com o da Avenida Carapinima, ela faz parte do Bairro Benfica), não houve uma constância em preservar tais acontecimentos no decorrer no tempo e por fim, tornaram-se mais como uma reminiscência de quem viveu o período.

Contudo, nosso intuito não é resgatar a vivência no instituto enquanto centro acadêmico, mas sim enquanto prédio, hoje localizado no Campus do Pici, considerando em especial que a memória é constituída por acontecimentos vividos pessoalmente ou por tabela, assim como pelas pessoas ou personagens e por fim lugares (Pollak, 1992). Afinal, há no mínimo 10 anos de histórias, fatos e experiências que acompanham esse espaço e quem perpassou ou ainda perpassa por ele, dessa forma entendemos que essa preservação é necessária para sistematizar e manter parte da identidade do lugar, garantindo que suas múltiplas vivências continuem acessíveis às futuras gerações, sendo assim também um recorte de uma parte da história do instituto.

A partir disso, destacamos o fato de que por esse ser um espaço que se constroi a partir da relação com a arte e a cultura, é notória a forte representação e identificação visual que já existe no prédio, principalmente nas intervenções existentes nas paredes, o que gera de certo modo estranheza ao corpo acadêmico de outros centros pertencentes à UFC. Acerca dessa maior representação, pode-se

compreender que:

“Há uma cultura, quase universal, que gera e difunde representações visuais do mundo, mas muito pouco de suas representações sonoras. Mesmo hoje, com as tecnologias midiáticas sofisticadas ao alcance de todos, encontram-se representações aurais do mundo, dos seus personagens e coisas, em uma proporção infinitamente menor do que aquelas oferecidas à visão [...] A cultura visual é muito mais ampla e diversamente, comparada à sonora, o que pode explicar a força das imagens, em detrimento dos sons, nos imaginários coletivos de diferentes sociedades.” (Andrade Pereira, 2019, p. 2).

Por isso, sem anular totalmente o visual, percebemos que falar especialmente sobre som seria uma forma não usual para sistematizar as relações e rotinas das pessoas com o ICA, pois nosso intuito não era apenas que as pessoas vissem uma recordação como se vê uma foto em álbum fotográfico, mas que ouvissem como era de fato estar no instituto e gerar nele momentos tanto individuais quanto coletivos, indo desde os momentos mais especiais aos mais rotineiros.

Nesse viés, optamos por transformar a ideia inicial da cápsula em algo que pudesse ser acessado agora e a qualquer momento no tempo, denominando ao fim como um acervo multimídia colaborativo que tem como principal produto um Tour Virtual. Esse Tour representa de forma ampla a estrutura física do prédio e possibilita que apresentemos as interações dos membros com o lugar. Afinal, sendo o ICA composto por 9 diferentes cursos, nosso desafio também foi transmitir qual o conjunto de sons que caracterizam esse ambiente, sejam eles as vozes dos alunos e professores, o barulho das atividades acadêmicas, ou até mesmo os sons externos que ecoam no campus, pois todos são parte integrante da experiência vivida nesse espaço.

Como argumenta Pollak (1992), a identidade individual e coletiva está profundamente ligada à memória, portanto a preservação das vivências sonoras e afetivas de um lugar torna-se fundamental para manter a continuidade desse pertencimento. Então, o projeto Sonifica surge nesse contexto como uma tentativa de criar um acervo que registre as múltiplas camadas de memória sonora e afetiva do ICA Pici, garantindo que as experiências compartilhadas por sua comunidade acadêmica continuem acessíveis, mesmo se houver a transição para o novo campus.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivos Gerais

Criar um acervo colaborativo multimídia que preserve as memórias, relatos e vivências de discentes e docentes com o Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará no Campus do Pici.

4.2 Objetivos Específicos

1. Coletar em especial registros sonoros e audiovisuais dos membros do ICA Pici.
2. Conhecer as diversas vivências e formas de interação com o ICA Pici.
3. Entender como o som está presente na construção da memória da comunidade do ICA Pici.
4. Desenvolver um tour virtual que sirva como mecanismo para preservação de vivências.

5. REFERENCIAL TEÓRICO

5.1 ICA

Criado em 2003, o ICA foi inicialmente um órgão administrativo responsável por unificar e coordenar os equipamentos culturais da instituição, como o Museu de Arte da UFC, a Casa Amarela Eusélio Oliveira e o Teatro Universitário Paschoal Carlos Magno.⁵ Em 2008, com a aprovação da Resolução N° 16/Consuni, o instituto passou a ser oficialmente uma unidade acadêmica⁶, com atividades no Campus do Benfica, e assumiu um papel central na formação artística e cultural da UFC. Tal transformação ocorreu no contexto de expansão das universidades federais, impulsionada pelo Programa de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (REUNI).

Tornar o ICA numa unidade acadêmica permitiu a criação de uma estrutura mais flexível e interdisciplinar para as áreas de comunicação, artes e cultura, assim como a reorganização de cursos anteriormente distribuídos entre diferentes departamentos da UFC. Dessa forma, as graduações de Comunicação Social (habilitações em Jornalismo e Publicidade e Propaganda), Filosofia, Música (anteriormente Educação Musical) e Design de Moda (anteriormente Estilismo e Moda) que pertenciam ao Centro de Humanidades, a Faculdade de Educação e o Centro de Ciências Agrárias foram integrados ao ICA, juntamente com os programas de pós-graduação em Comunicação e Filosofia⁷.

Se faz necessário destacar que desde a sua oficialização, o ICA tem se consolidado como um espaço dinâmico para formação, produção e difusão cultural, principalmente por promover eventos, pesquisas e atividades que dialogam com as

⁵ UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Instituto de Cultura e Arte da UFC comemora 13 anos de trajetória com série de publicações nostálgicas nas redes sociais. 2021. Disponível em: <https://ica.ufc.br/pt/instituto-de-cultura-e-arte-da-ufc-comemora-13-anos-de-trajetoria-com-serie-de-publicacoes-nostalgicas-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 14 fev. 2025.

⁶ UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Resolução nº 16/Consuni, de 14 de agosto de 2008. Dispõe sobre a criação do Instituto de Cultura e Arte (ICA) da UFC. Fortaleza: UFC, 2008. Disponível em: https://www.ufc.br/images/files/a_universidade/consuni/resolucao_consuni_2008/resolucao16_consuni_2008.pdf. Acesso em: 13 fev 2025.

⁷ UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Resolução nº 17/Consuni, de 14 de agosto de 2008. Dispõe sobre a estrutura administrativa do Instituto de Cultura e Arte (ICA) da UFC. Fortaleza: UFC, 2008. Disponível em: https://www.ufc.br/images/files/a_universidade/consuni/resolucao_consuni_2008/resolucao17_consuni_2008.pdf. Acesso em: 13 fev. 2025.

demandas contemporâneas das artes e da comunicação, permitindo ao mesmo tempo que os saberes se cruzem e gerem novas formas de produção do conhecimento. Nesse aspecto, Japiassu (1976) defendia que o conceito de interdisciplinaridade era uma forma integrar diferentes áreas do conhecimento para superar a fragmentação do saber. Diante disso, o ICA pode ser entendido como um instrumento da UFC que possibilita o acesso ao ensino superior através da descentralização de atividades acadêmicas ligadas às ciências exatas e biológicas, além da incentivação de novas abordagens interdisciplinares no ensino e na pesquisa.

Portanto, essa reestruturação acadêmica reflete como a interdisciplinaridade possibilita a construção de um conhecimento mais integrado e contextualizado, conforme discutido por Fazenda (1994), além de apresentar o instituto como exemplo de espaço de convergência cultural, conforme proposto por Canclini (1997) ao defender a importância de ambientes que promovam a hibridização da cultura e de práticas ligadas a ela.

Além da incorporação dos cursos já existentes, o ICA também abrigou algumas das novas graduações daquele período, que foram os cursos de Cinema e Audiovisual, Gastronomia, Dança e Teatro (anteriormente Artes Cênicas), desse modo ele ampliou a concentração entre diferentes linguagens artísticas e culturais dentro do ensino superior. Vale ressaltar, que o modelo político-pedagógico⁸ no qual o instituto está baseado contribui até hoje para fortalecê-lo como um espaço de experimentação acadêmica e produção cultural, onde a interdisciplinaridade é incentivada e a prática artística se integra à pesquisa e à formação teórica.

5.1.2 ICA Pici

Em 2013, o ICA iniciou suas atividades no Campus do Pici, onde se localiza até hoje, no entanto, essa transição ocorreu com certos desafios. Os cursos de Design de Moda, Filosofia, Gastronomia e Música foram os primeiros transferidos para o novo prédio e os demais estavam previstos para serem realocados até o ano

⁸ UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Projeto Político-Pedagógico do Instituto de Cultura e Arte. Fortaleza: UFC, [ano]. Disponível em: https://siica.ufc.br/arquivos/projeto_politico_pedagogico.pdf. Acesso em: 12 fev. 2025.

seguinte⁹, porém em 2014 as obras ainda não estavam finalizadas¹⁰ o que impactou na transferência do curso de Jornalismo para o prédio, que ainda hoje mantém suas atividades no Centro de Humanidades II no campus do Benfica.

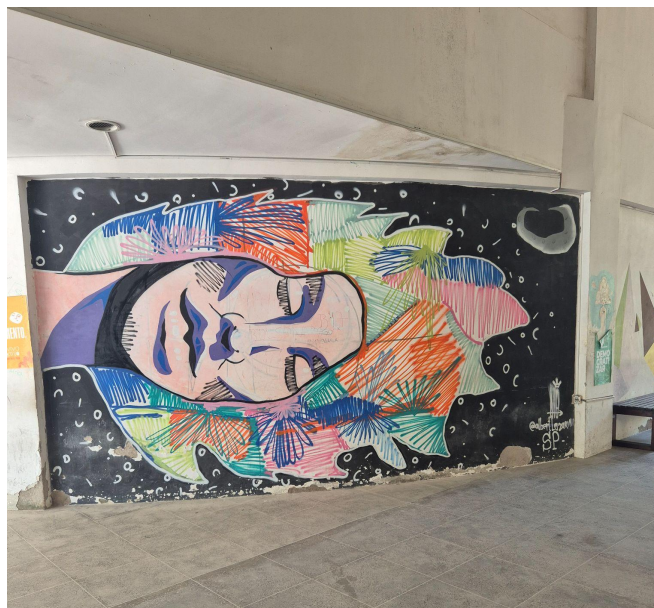
Essa fragmentação temporária reflete as complexidades referentes à expansão e reorganização de uma instituição acadêmica, fenômeno comum nas universidades públicas brasileiras. Apesar dos obstáculos, o ICA Pici se estabeleceu como um ambiente dinâmico, onde a interação entre variados alunos e professores contribui para a construção de uma identidade coletiva e diversa.

Por conseguinte, as diferentes vivências e interações do ICA tornam esse um lugar carregado de significados e memórias e isso se manifesta nas salas de aula, nos corredores, nos eventos culturais e nas atividades extracurriculares que promovem a troca de experiências e a construção de conhecimento. Isso pode ser percebido pela convivência de cursos como Design de Moda, Filosofia, Gastronomia e Música no mesmo espaço, pois favorece a interdisciplinaridade e a conexão entre diferentes linguagens artísticas e culturais, reforçando o papel do instituto como um ambiente de experimentação e inovação. Essa perspectiva dialoga com a ideia de sobre o espaço interdisciplinar (JAPIASSU, 1976), pois no ICA a aprendizagem acontece não apenas dentro das salas de aula, mas nas interações diárias, principalmente entre disciplinas distintas que complementam seus saberes.

⁹ UFC. Seis cursos vão para novo prédio do ICA; adiada transferência do Mestrado em Comunicação. Portal UFC, Fortaleza, 2013. Disponível em: <https://www.ufc.br/noticias/noticias-de-2013/3994-seis-cursos-vao-para-novo-predio-do-ica-adiada-transferencia-do-mestrado-em-comunicacao>. Acesso em: 13 fev. 2025.

¹⁰ O POVO. Estudantes da UFC denunciam problemas do ICA em paródia de "Happy". O POVO, Fortaleza, 2014. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/fortaleza/2014/05/estudantes-da-ufc-denunciam-problemas-do-ica-em-parodia-de-happy.html>. Acesso em: 14 fev. 2025.

Figura 4 – Parte da entrada principal do ICA Pici.



Fonte: Elaborado pelos autores.

5.2 Memória e Lugar

A relação entre memória e lugar tem sido discutida por diferentes autores que apontam como o espaço físico não é apenas um cenário neutro, mas um elemento ativo na construção das experiências individuais. Contudo, por mais íntimo que possa parecer, as lembranças vividas num lugar não se restringem ao fenômeno particular ou individual, Halbwachs (1990) ao trazer o conceito de memória coletiva aponta que nossas lembranças são moldadas pelos grupos sociais aos quais pertencemos.

Pollak (1992) que também concorda com o conceito de Halbwachs (1990), entende que a memória não é estática, mas sim um processo dinâmico, influenciado por relações sociais, políticas e culturais. Desse mesmo modo, Assmann (2011) argumenta que a memória é também construída e preservada coletivamente, por meio de elementos materiais e simbólicos que ajudam a estruturar a identidade de um grupo. Segundo a autora, as culturas utilizam diferentes meios para registrar e transformar suas recordações em memória histórica, como esculturas, arquivos e narrativas orais (Assman, 2011).

Assim, se num ciclo formado por alunos e professores, onde cada evento, apresentação e momento vivido não pertence apenas a um indivíduo, mas sim a

uma comunidade, as modificações que ocorrerem nesse espaço físico podem resultar na fragmentação da memória coletiva. Nesse aspecto, Pollak (1992) argumenta que a memória é tanto seletiva quanto política, o que faz com que nem todas as lembranças sejam preservadas; mas algumas acabam por ser esquecidas ou silenciadas, dependendo dos interesses e das relações de poder dentro de um grupo.

Não obstante, o autor também reconhece a memória como um espaço de disputa (POLLAK, 1992), onde grupos podem impor algumas narrativas em detrimento de outra. Diante desse entendimento é importante questionar também sobre as memórias tidas como marginalizadas ou menos visíveis (como sons cotidianos e experiências afetivas) que podem ser menos valorizadas e facilmente esquecidas, nisso também se faz necessário compreender como pode ser dar a democratização dessas recordações em prol de garantir que vozes e experiências diversas sejam ouvidas e preservadas. Pois, no contexto universitário, os espaços acadêmicos são repletos de camadas de memória que vão além da sua função administrativa ou pedagógica e assim parte das vivências simbólicas desses locais pode perder relevância diante de outras questões.

Além disso, a noção de lugares de memória, proposta por Nora (1984) revela que esses são espaços onde a história se cristaliza, tornando-se um ponto de referência para a identidade coletiva. Desse modo, o ICA Pici, ao longo dos anos, tornou-se um território simbólico, onde múltiplas vivências acadêmicas e artísticas se cruzam, criando um ambiente singular de trocas e experimentações.

Nesse viés, o ICA Pici pode ser entendido como um lugar de memória, no sentido proposto por Nora (1984), onde as vivências e experiências dos indivíduos se entrelaçam para formar uma narrativa coletiva. Dessa forma, o instituto não representa apenas um espaço de aprendizado e formação profissional, mas também um território simbólico para sua comunidade, principalmente porque ele reflete diversidade cultural e acadêmica que a representa dentro da UFC, fato que reforça a necessidade de preservar as memórias e vivências desse espaço.

Como já citado por Lefebvre (1991) acerca do espaço como um produto social, moldado pelas relações humanas, é possível compreender que um lugar pode ser carregado de significados que vão além de sua materialidade. No caso do ICA, sua ocupação no Campus do Pici não apenas reorganizou fisicamente os cursos ali inseridos, mas também redefiniu as experiências, interações e práticas

culturais dos estudantes, professores e técnicos-administrativos. Pois, tendo um local físico para pertencer, todo esse grupo pode ter também uma forma de existir.

Entretanto, como alerta Traverso (2012), a memória é constantemente ressignificada, sendo influenciada pelas necessidades políticas, culturais e sociais do presente. Desse modo, a preservação dessas memórias é essencial, especialmente porque o Instituto possui uma série de alterações em sua história e no momento está diante de uma possível mudança de campus, que pode alterar novamente sua dinâmica e identidade.

5.3 Paisagem sonora

Schafer foi um dos principais difusores do conceito de paisagem sonora que descreve como os sons de um ambiente ajudam a definir sua identidade e o senso de pertencimento dos indivíduos que o habitam. Ele argumenta que o termo se refere à maneira como os sons de um determinado ambiente se organizam e são percebidos, criando uma "paisagem" auditiva que reflete tanto aspectos naturais quanto culturais. Portanto, ele também descreve como sendo "qualquer porção do ambiente sonoro vista como um campo de estudos" (SCHAFER, 2001, p. 366). Essa ideia nos ajuda a perceber que os sons são tão importantes quanto as paisagens visuais na construção de memórias e identidades, sendo também uma forma de conhecer o mundo.

Em outro aspecto e com um entendimento particular acerca do som, Feld (1982) desenvolveu uma pesquisa com o clã de povos indígena Kaluli da Papua Nova Guiné no qual mostrou como os sons da floresta e os cantos dos pássaros são integrados às práticas culturais e às narrativas locais, tornando-se parte da identidade do grupo. Nesse viés, instigado pela importância do som no modo de vida, ele apresenta em suas obras como a música é apenas um dos vários recursos sonoros produzidos capaz de nos conectar com os momentos da vida. Portanto, Feld cunhou o termo "acustemologia" para descrever como o som é uma forma de conhecimento e uma maneira de entender o mundo. Partindo disso, é possível construir uma ligação entre paisagens sonoras com a memória cultural, pois ela serve como repositório de experiências coletivas e individuais.

No contexto urbano, por exemplo, os sons de uma cidade — como o barulho do tráfego, as vozes das pessoas ou os sinos de uma igreja — podem evocar memórias e sentimentos que definem a identidade de uma comunidade ou até mesmo a partilha do lugar, como em praça. Em um de seus estudos, Garcia e Marra (2016) trouxeram reflexões sobre como os sons são usados para dividir e apropriar o espaço urbano em um estudo referente às praças de Belo Horizonte. Eles discorreram acerca da forma na qual os habitantes manipulam a intensidade, a frequência e a espacialidade dos sons para criar “fronteiras invisíveis, mas estáveis, no território” (GARCIA; MARRA, 2016, p. 22).

Nesse viés, a ideia de paisagem sonora “torna-se bastante útil aos processos de reconhecimento e preservação de bens culturais materiais e imateriais ao fornecer um acervo de sons gravados com objetos das operações de patrimonialização e musealização” (GARCIA; MARRA, 2020, pág. 241). Contudo, os autores também discutem acerca da ambiguidade do termo, visto pode ser aplicado em estudos sobre ambientes naturais até espaços urbanos e destacam uma falta de precisão semântica pode levar a usos descontextualizados, além de que há contradições de autores quanto a forma de capturar essa paisagem.

Como apresentam, Schafer (2001) concorda que a gravação de sons é um processo central para se entender a paisagem sonora e que ele percebe o microfone e o gravador como ferramentas que ampliam a percepção humana ao permitir a análise e a preservação de sons. Contudo, os autores também discorrem acerca da visão mais “preservacionista e higienista” de Schafer (2001) por criticar a poluição sonora das cidades contemporâneas (causada pelo trânsito e a tecnologia) e defender uma “pedagogia do ouvido” na qual é necessário educar as pessoas a ouvirem de forma consciente e crítica, “escolhendo, de maneira consciente, que sons devem ser mantidos ou erradicados” (GARCIA; MARRA, 2020, pág. 238).

Já acerca da visão de Ari Kelman, eles evidenciam que:

[...] o termo frequentemente é reinventado de cima a baixo a fim de fazê-lo funcionar de acordo com diferentes necessidades e perspectivas de pesquisa. O resultado desse processo é que a “paisagem sonora” é frequentemente empregada para descrever um espectro de produções tão disparelhas que se estende das “trilhas sonoras enlatadas que qualquer um pode ouvir em quase qualquer prédio público ao uso de tocadores portáteis de mp3 para criar a trilha sonora pessoal e portátil de alguém” (KELMAN, 2010, p. 214), passando ainda por composições e obras artísticas realizadas a partir de sons gravados em campo, ou por estes próprios registros brutos. (GARCIA; MARRA, 2020, pág. 237).

Em adendo, eles apontam que Schafer confunde o objeto de estudo (a paisagem sonora) com o método de pesquisa (a gravação), tratando a realidade como uma obra de arte a ser escutada.

Apesar das disparidades, Garcia e Marra (2020) defendem que o conceito é metodologicamente útil, especialmente quando entendido como uma forma de capturar o inapreensível: os fluxos temporais, culturais e sociais que se materializam em sons. Para eles, as tecnologias de gravação e reprodução sonora permitem não apenas estocar sons, mas também devolvê-los ao fluxo, criando novas interações e significados.

Na visão dos autores, a paisagem sonora pode ser integrada às políticas de patrimônio cultural, visto que os sons são artefatos culturais que carregam significados sociais e históricos. Eles argumentam que a gravação de paisagens sonoras pode contribuir para a preservação de bens culturais materiais e imateriais, oferecendo um acervo de sons que documentam práticas sociais e identidades culturais.

Correlacionado isso ao aspecto da memória coletiva, Assmann (2011) argumenta que há uma dependência de suportes materiais e simbólicos para transmitir essas lembranças às futuras gerações. Ela também enfatiza a importância de mídias (como arquivos sonoros, fotografias e narrativas) na preservação de memórias que, de outra forma, poderiam ser esquecidas.

Dessa forma, ao analisarmos o contexto do projeto Sonifica, a preservação de sons do ICA, sejam eles os mais distintos ou singulares que possam ser, permite resgatar e disseminar as memórias sonoras desse lugar garantindo que elas permaneçam não somente acessíveis, mas relevantes, de modo que sejam úteis para o entender as interações cotidianas nesse espaço em determinado tempo.

6. METODOLOGIA

Por essa ser uma iniciativa que aborda vivências coletivas e individuais, já havia o entendimento de que precisaríamos buscar meios de coletar respostas dos membros do ICA Pici para a realização do acervo.

Apesar da relação estabelecida para o projeto entre som e memória, não queríamos seguir com o modelo de entrevista ou documentário (mesmo que esses pudessem gerar insumos muito particulares e específicos) devido ao fato de que queríamos alcançar um número maior de participações. Por tanto, desenvolvemos um formulário online com o intuito de facilitar o envio de arquivos de mídia, além disso, estávamos em busca de uma participação espontânea dos respondentes.

6.1 Pré-produção: método de pesquisa

Para Creswell (2010) a escolha entre métodos qualitativo, quantitativo ou misto depende do problema de pesquisa, das suposições filosóficas do pesquisador e dos objetivos do estudo. Dessa forma distingue que quantitativo está alinhado ao objetivo de testar uma teoria, medir variáveis e generalizar resultados, ao passo que o qualitativo se justifica em explorar um fenômeno pouco conhecido, entender contextos específicos ou dar voz aos participantes.

Como nossa pesquisa tem um caráter mais complexo e requer uma compreensão mais abrangente, combinando dados numéricos e narrativos, definimos ela como método misto, segundo a definição de Creswell (2010). A particularidade do nosso processo se dá pela coleta de arquivos sonoro, visuais e audiovisuais, o que acrescenta um direcionamento multimidiático.

6.2 Formulário

Devido a familiaridade, optamos por criar um formulário online por meio do Google Forms. O formulário foi dividido em 3 seções:

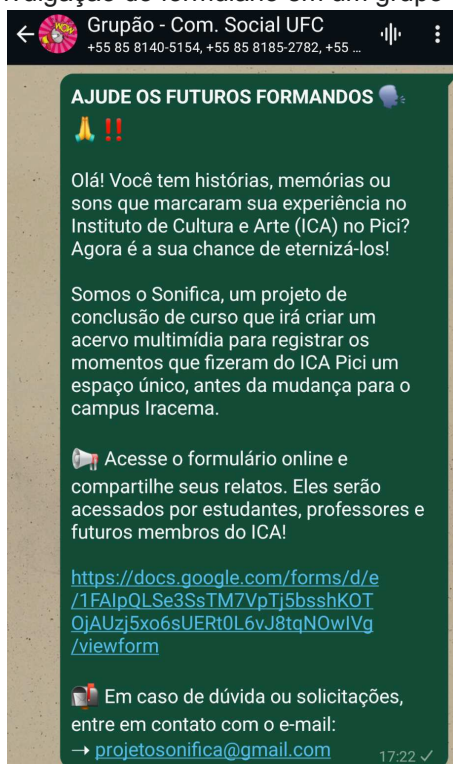
- A. A primeira informava que os dados e arquivos ali inseridos seriam utilizados no processo e que ao final era importante concordar com a

opção de consentimento para validar esse uso.

- B. Em sequência, há a seção de dados pessoais e de contato (nome, matrícula, e-mail, semestre ou função e o curso que o respondente pudesse ter relação), aqui há dados que ao serem analisados de forma quantitativa formam uma base do perfil de respostas.
- C. Por fim, há a seção para envio dos materiais que iriam compor o tour virtual, aqui também questionamos sobre vivências e percepções do ICA Pici, como forma de enriquecer a pesquisa e trazer os dados qualitativos.

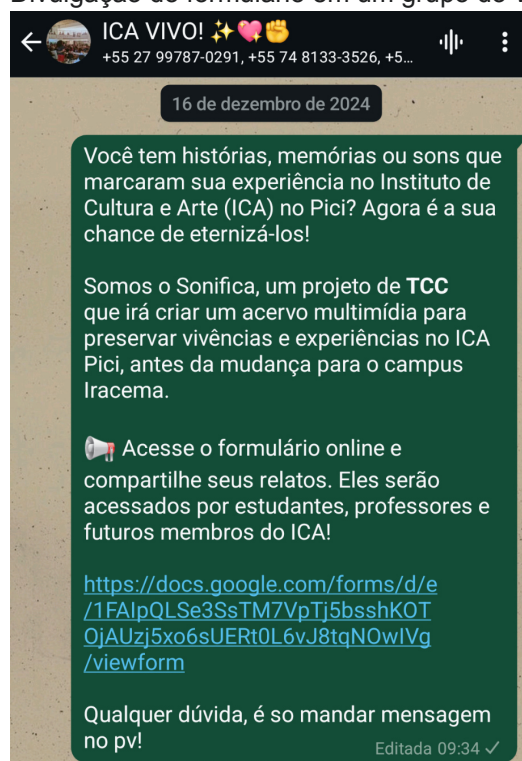
A divulgação da pesquisa foi iniciada pelo *WhatsApp*, tanto nos grupos coletivos quanto nos pertencentes a disciplinas que estivemos presentes, assim como em mensagens privadas. Houve posteriormente o compartilhamento por mensagens no direct do Instagram e por email para projetos de extensão e pesquisas e em grupos / laboratórios de pesquisas que fazem parte do ICA.

Figura 5 – Divulgação do formulário em um grupo do WhatsApp.



Fonte: Print da tela com a mensagem.

Figura 6 – Divulgação do formulário em um grupo do WhatsApp 2.



Fonte: Print da tela com a mensagem.

Os dados apresentados até a conclusão deste relatório compreendem do período entre o dia 27 de novembro de 2024 até 14 de fevereiro de 2025. Mas apesar dos esforços, o formulário conseguiu reunir apenas 10 respostas, o que demonstra a dificuldade durante o processo para conseguir agregar os estudantes na ideia proposta.

Além disso, houveram 5 respostas enviadas por modo extra ao relatório, visto que houve uma questão técnica que impossibilitou o envio de alguns pela ferramenta, assim como também está contabilizada a nossa participação, totalizando assim 15 diferentes contribuições para o Sonifica.

Elaboramos as seguintes hipóteses para compreender a baixa adesão ao formulário, que dependendo da pessoa pode ser um misto dessas questões:

- 1) A proposta do projeto, não foi compreendida ou não foi de interesse ao corpo estudantil e dos docentes, acrescentado ao fato de que como a mudança do instituto de campus não está definida, esse ponto não poderia ser utilizado como argumento durante a divulgação do formulário. Com isso não houve um gatilho de urgência que motivasse os membros

do ICA Pici a preencherem o formulário.

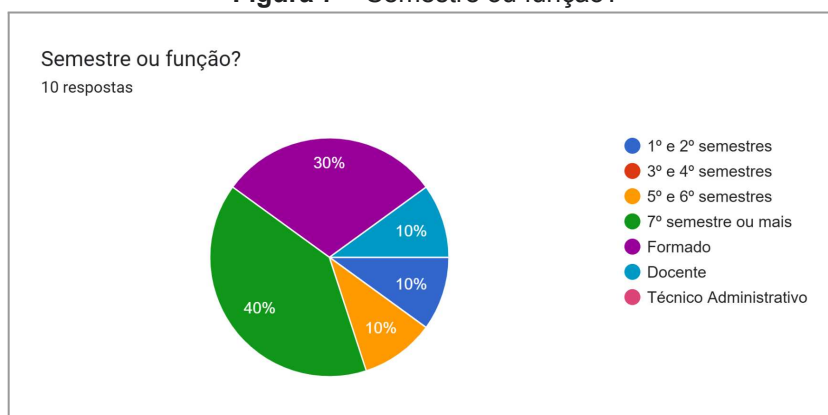
- 2) O envio de materiais de som e áudio pode ter sido um empecilho para que a participação fosse concluída ao final do formulário, visto que os respondentes precisavam localizar algum arquivo para que fosse enviado.
- 3) O período não usual estabelecido para o semestre 2024.2 teve em seu meio o recesso escolar, o final do ano de 2024 e o início de 2025, o qual pode ter influenciado negativamente na adesão de estudantes em atividades extracurriculares.
- 4) Hoje existe uma dinâmica diferente de pertencimento e identificação com o ICA que foi alterada devido a pandemia do COVID-19 e essa nova relação se difere do período pré-pandêmico.

Contudo, esse resultado não impossibilitou a construção do acervo multimídia, visto que esse processo marca apenas o início dele, pois poderá ser complementado por futuras participações em um tempo indeterminado.

6.3 Análise quantitativa do formulário

Houve a maior participação de alunos formados e dos que possuem permanência superior nos cursos, totalizando 70% das respostas adquiridas. Essa maior aderência pode ser explicada pelo fato desses terem uma noção mais estabelecida sobre sua relação com o ICA Pici.

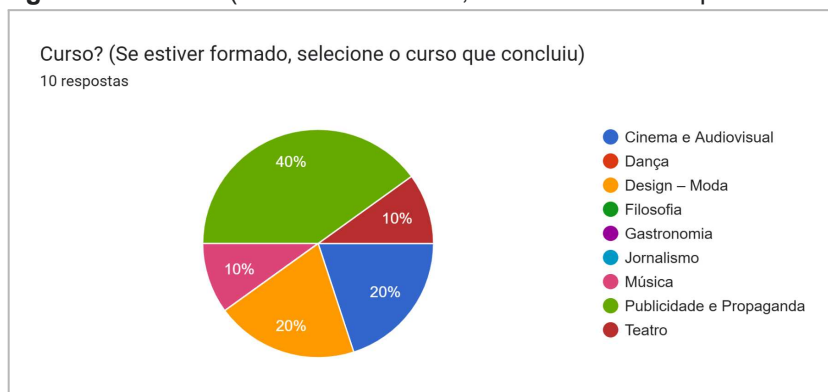
Em sequência a participação de calouros ou estudantes que estivessem até o 6º totalizou 20% das respostas e por fim houve a colaboração de uma docente. O que demonstra a participação de 90% de alunos versus 10% do corpo de educadores do ICA, sendo representada por uma docente ligada ao curso de Música.

Figura 7 – Semestre ou função?

Fonte: Google Forms

O curso de maior adesão ao formulário foi o de Publicidade e Propaganda com 40% de participação, que por consequente é o que fazemos parte e no qual tivemos uma maior rede de contatos para divulgação do formulário. O fato não inviabiliza os resultados, principalmente por ser esse ser um curso ligado à área de comunicação, então possui uma vivência diferente dos cursos mais relacionados à arte e à cultura. Portanto esse dado agrega no entendimento da construção de memória por quem possui um ensino mais teórico do que prático no instituto.

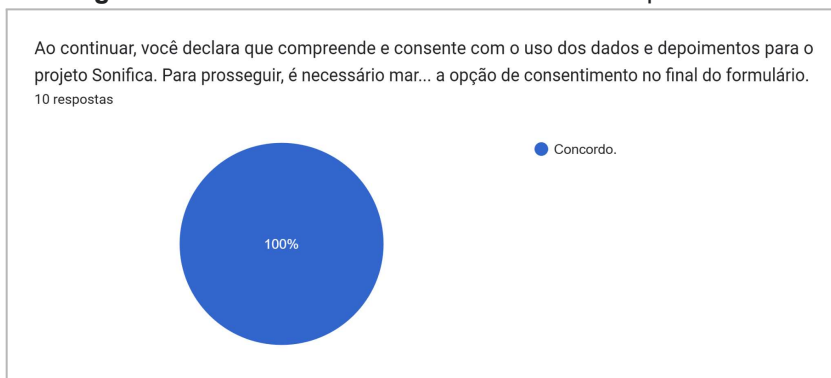
Os cursos de Design de Moda e Cinema e Audiovisual foram os seguintes com 20% de participação cada, já os de Música e Teatro obtiveram 10% cada. De uma forma geral, conseguimos fazer uma coleta diversa com a participação de 5 dos 9 cursos pertencentes ao ICA. Nesse aspecto também é importante destacar que o curso de Jornalismo foi considerado no formulário, mas é provável que seu corpo docente e discente não tenha considerado participar devido a sua menor relação com o prédio.

Figura 8 – Curso? (Se estiver formado, selecione o curso que concluiu)

Fonte: Google Forms

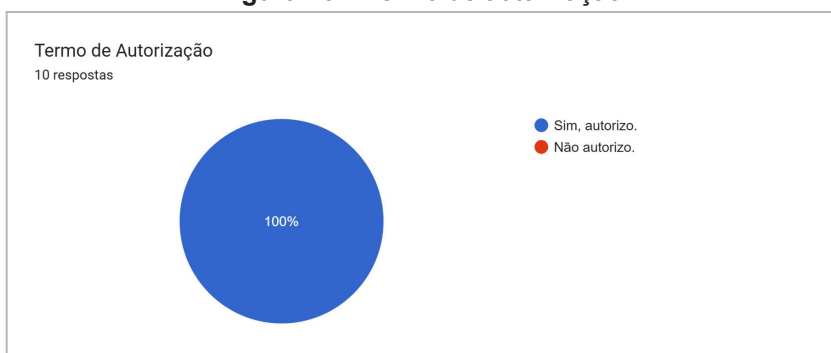
Já o consentimento com o uso das informações coletadas, assim como o interesse em receber a versão de conclusão do projeto para o semestre foram unânimes, não havendo assim nenhuma impossibilidade no uso de imagem, texto ou VOZ.

Figura 9 – Consentimento no uso de dados e depoimentos.



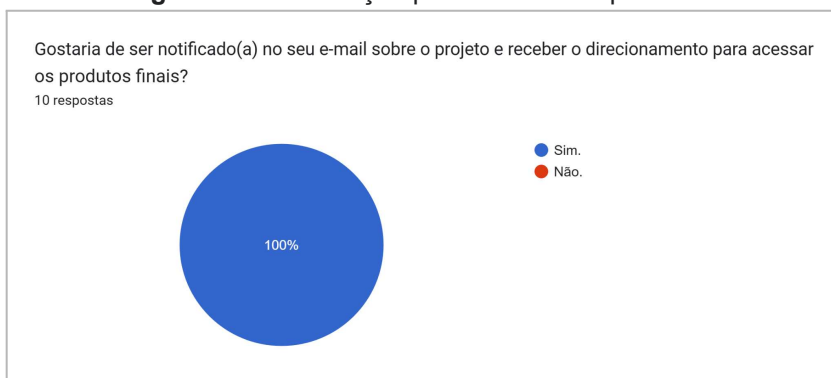
Fonte: Google Forms

Figura 10 – Termo de autorização.



Fonte: Google Forms

Figura 11 – Notificação para acessar os produtos.



Fonte: Google Forms

6.4 Análise qualitativa do formulário

A seção 3 marca a coleta de dados sobre a construção de memória no ICA, apesar da relevância, optamos por deixar as perguntas abertas como não obrigatórias prezando pela liberdade e contribuição espontânea anteriormente mencionada. Das 03 perguntas feitas, apenas 1 teve 90% de adesão, as demais tiveram a total participação dos respondentes.

Na primeira, os participantes precisavam informar qual foi o momento mais marcante que viveram no ICA Pici e percebemos por meio das respostas que o espaço que transcende sua função acadêmica e se torna um lugar de descoberta e pertencimento. Algumas memórias revelam experiências sensoriais, como apresentações musicais nos corredores, as pinturas nas paredes e até mesmo a grandiosidade arquitetônica do instituto. Há também a visão do ICA como espaço de convivência e construção de laços, onde aniversários, reuniões com amigos e interações cotidianas nos corredores destacam a importância das relações sociais e da rotina compartilhada.

Um ponto interessante é a visão de um respondente sobre o uso de pichações como forma de protesto contra a "higienização" do espaço revela uma visão do como refúgio para a autoexpressão e a resistência cultural. Todas essas lembranças revelam como as vivências tornam o instituto em um lugar de acolhimento e pluralidade.

A seguir, algumas das respostas retiradas dos formulário (sem identificação pessoal dos respondentes):

“o aniversário de uma amiga na sala DS216”. Respondente 1.

“Quando conheci pela primeira vez o ICA, ainda na Semana de Recepção dos Alunos Ingressantes 2020.1. Eu lembro que foi muito interessante conhecer todo o ICA. Não tinha noção da dimensão grandiosa do Instituto”. Respondente 2.

“Foram vários momentos marcantes mas posso destacar as reuniões com os amigos da cru, e viver em um ambiente que respira arte no dia a dia podendo assistir a uma apresentação de música no intervalo das aulas.” Respondente 3

“Meus momentos mais marcantes foram no DATA, escutando musica e conversando com o pessoal. Uma vez até pixei as paredes de fora do CA em protesto às tentativas de "higienizar" o ICA. Até hoje reclamam do ICA ser "sujo" e "poluido", sendo que o instituto é um dos poucos lugares que

permite arte e auto-expressão livre no espaço físico.” Respondente 4.

Na questão seguinte, eles informaram se existia algum som específico que associavam ao ICA Pici e as respostas revelam de fato como a sonoridade está presente nesse ambiente, principalmente devido a instrumentos como violinos, flautas, saxofones ou outros instrumentos clássicos. Esses sons, são em maioria provenientes de ensaios e práticas dos alunos do curso de Música que tornam tanto corredores quanto salas em uma espécie de palco sonoro. O que reforça a ideia de que o ICA é um lugar onde a arte e a educação se complementam.

Há o destaque também para os sons das interações humanas, como conversas e risadas, que fazem parte do cotidiano e são relevantes na construção da memória coletiva. Podemos por assim dizer que a combinação de música e vozes humanas refletem o que pode ser a paisagem sonora do ICA, criada de forma muito plural e interativa.

A seguir, algumas das respostas retiradas dos formulário (sem identificação pessoal dos respondentes):

“conversas, risadas, sons de música no geral”. Respondente 1.

“Acho que violino por sempre ouvir alguém praticando pelos corredores”. Respondente 2.

“Com certeza, o som que os alunos do curso de Música fazem todos os dias. Quando tinha aula nos laboratórios, era quase certo estudar ouvindo o barulho dos instrumentos e a cantoria dos estudantes ecoando pelos corredores do ICA.”. Respondente 3.

“O som dos instrumentos clássicos. Lembro que quando entrei fiquei encantada com o conceito de assistir aula ao som de violinos e etc por causa dos alunos de música ensaiando.”. Respondente 4.

Por fim, questionamos sobre como eles descreveriam o ICA Pici em uma palavra ou frase. Aqui há a percepção do instituto como um ambiente plural, criativo e diverso, onde a arte é vivida de forma intensa. Essas noções reforçam a identidade interdisciplinar do lugar e ampliam a visão para um espaço de resistência cultural e liberdade criativa. Entretanto, houve uma resposta específica que aborda o fato do ICA carecer de uma infraestrutura adequada e que isso pode limitar o potencial de suas atividades.

A seguir, algumas das respostas retiradas dos formulário (sem identificação pessoal dos respondentes):

“Resistência cultural”. Respondente 1.

“Terra onde se sente o gosto, o cheiro, o toque e a paisagem da criatividade”. Respondente 2.

“A arte existe porque a vida não basta” - Ferreira Gullar”. Respondente 3.

“É um local de fazer arte que carece de estrutura (como pode cursos de arte/performance não terem um auditório disponibilidade?)”. Respondente 4.

6.5 Análise dos arquivos enviados no formulário

Dos 10 arquivos principais enviados, 9 tem um formato audiovisual, o que se conecta a uma preferência pelo uso de smartphones ou outros dispositivos eletrônicos, seja para a gravação ou preservação de momentos por meio de vídeos.

De forma complementar, deixamos livre a decisão caso o respondente quisesse enviar um arquivo em imagem que tivesse uma conexão com o arquivo principal em vídeo ou áudio, sendo que metade dos participantes fizeram essa segunda inserção. Aqui nosso intuito de receber arquivos sobre diversas vivências no espaço foi contemplado, dado que podemos resumir os acontecimentos retratados nos materiais nas seguintes categorias:

Tabela 1: Categorização dos conteúdos multimídia recebidos pelo formulário.

1. Registros do cotidiano	<p>a) Espaço da vegetação em frente aos Diretórios Acadêmicos.</p> <p>b) Interação entre estudantes no Diretório Acadêmico.</p> <p>c) Prática fora da sala de alunos do curso de Música.</p> <p>d) Compilado com interações e momentos de lazer dos estudantes em diversos espaços durante o intervalo.</p>
	<p>e) Participação em evento.</p> <p>f) Prática em sala do curso de Música (gravações tanto de espectador quanto de participante da prática).</p> <p>g) Prática em sala do curso de Teatro.</p>

2. Atividade acadêmica ou extracurricular.	h) Atividade de projeto de extensão.
--	--------------------------------------

Fonte: elaborado pelos autores.

6.6 Roda de conversa

Antes mesmo da criação do formulário, a professora Silvia comentou conosco sobre o interesse do Dr. em Psicologia Social Aluísio Lima que atua como professor do Departamento de Psicologia da UFC pelo tema do nosso projeto. Ele comentou com a nossa orientadora sobre a possibilidade de utilizarmos a abordagem metodológica da roda de conversa para coletar materiais ou captar percepções mais profundas dos membros do ICA acerca das suas memórias, vivências e entendimento da construção sonora que compõe o espaço.

Conforme discutido por Moura e Lima (2014) a roda de conversa é um instrumento metodológico que permite um espaço de diálogo e reflexão coletiva, onde os participantes podem comentar sobre experiências de forma espontânea. Para as autoras, "a conversa é um espaço de formação, de troca de experiências, de confraternização, de desabafo, muda caminhos, forja opiniões" (MOURA; LIMA, 2014, p.1). Esse lugar de troca, também possibilita entender a importância da voz e da oralidade no processo do compartilhamento de memórias, além trazer reflexões sobre a escuta como um ato de presença e atenção, pois como cita Zumthor (2007) "escutar um outro é ouvir, no silêncio de si mesmo, sua voz que vem de outra parte. Essa voz, dirigindo-se a mim, exige de mim uma atenção que se torna meu lugar, pelo tempo dessa escuta". (ZUMTHOR, 2007, pág. 84).

A divulgação da atividade se iniciou no dia 16/01/2025 pelo perfil do Sonifica no Instagram (@projetosonifica)¹¹ e compartilhado em grupos do *WhatsApp*. Ademais, como forma de fomentar a participação dos estudantes, decidimos que haveria a entrega de certificados de participação para os estudantes. Como a professora Silvia é pesquisadora líder do Grupo de Pesquisa de Imagem, Consumo e Experiência Urbana em produtos e Processos de Comunicação (GICEU) que está

¹¹ Link de acesso para o perfil:

https://www.instagram.com/projetosonifica?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==

vinculado à UFC, divulgamos a roda como uma parceria entre os projetos, para gerar maior credibilidade na comunicação .

A Roda de conversa foi realizada no dia 20/01/2025, na sala CS211 do ICA, e contou com a mediação da nossa orientadora junto ao Dr. Aluísio Lima, que trouxe sua expertise em Psicologia Social para facilitar o diálogo e a reflexão coletiva. Durante a atividade, os participantes compartilharam suas memórias e percepções sobre ICA, principalmente como é um centro acadêmico que se difere de outros, devido sua proposta interdisciplinar. Com a permissão dos envolvidos, fizemos a gravação da atividade em áudio e vídeo, no total, tivemos a participação de 6 estudantes de graduação do curso de Publicidade e Propaganda, 1 estudante do curso de graduação de Design de Moda e 1 estudante da pós-graduação em Comunicação Social. Ademais, para preservar esse momento, trechos da conversa foram postados no tour virtual.

Figura 12 – Roda de conversa no ICA Pici (Silvia).



Fonte: Print de vídeo gravado pelos autores.

Figura 13 – Roda de conversa no ICA Pici (Aluísio).



Fonte: Print de vídeo gravado pelos autores.

Figura 14 – Peça de divulgação da roda de conversa.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Por fim, a dinâmica nos permitiu compreender como diferentes indivíduos construíram percepções distintas, mas muito similares sobre o espaço. Além disso, tivemos um imprevisto com uma das ideias de conteúdo propostas para o Instagram, mas a partir da roda, conseguimos aplicar o que ouvimos para nortear a ideação de uma nova postagem, o que evidencia a importância da metodologia em nosso processo de aprendizado e construção do projeto.

7. DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO

7.1 Concepção da marca

O processo de produção da identidade visual do projeto Sonifica passou por duas etapas: a primeira durante a apresentação do trabalho como material da disciplina Comunicação, Música e Cidade e posteriormente na evolução do projeto para um trabalho de conclusão de curso. Apesar de, no comparativo, as identidades expressarem significativa divergência, alguns atributos bases foram preservados desde a primeira versão: o nome, a emulação de caligrafia manual na tipografia e, por último, os grafismos e ilustrações que mimetizam a “colagem”.

7.1.1 Naming

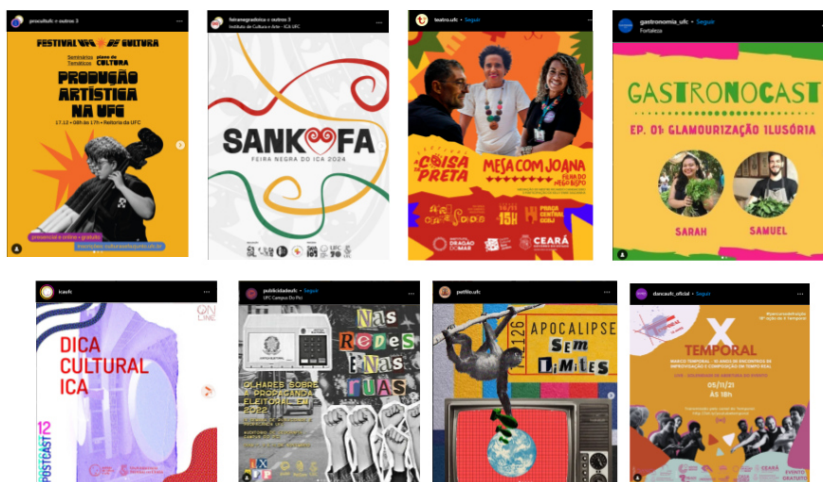
A escolha de utilizar a palavra “Sonifica” para nomear o projeto ocorreu ainda durante a primeira versão com o objetivo de representar os três temas principais do projeto: o som, a memória e o ICA. Considerando esse fato, fizemos uma nuvem de palavras com o campos semânticos das palavras “som” e “memória” e o verbo “sonificar” se destacou, pois, segundo o Dicionário da Língua Portuguesa (2025) significa o ato de representar de modo sonoro aspectos não audíveis. Ademais, o vocábulo possui o verbo “ficar” nas suas últimas duas sílabas, que, por sua vez, é uma das palavras da nuvem semântica de “memória”. Por fim, a sigla do instituto “ICA” também estava presente no termo, dessa forma para deixá-la mais evidente a letra “r” foi retirada do final gerando a conjugação do verbo na 3ª pessoa do singular e finalmente definindo o nome que seria atribuído ao projeto.

7.1.2 Logotipo

Para construção do campo visual (logotipo, cores, tipografia, grafismos, etc.), fizemos uma pesquisa de mesa com outros projetos visuais anteriormente elaborados e realizados no Instituto de Cultura e Arte (Figura 15) para encontrar

uma linguagem visual que a comunidade já estivesse familiarizada. Essa unidade visual se faz relevante na concepção da marca, pois o entendimento e receptividade de uma mensagem visual está vinculada ao perceptivo universalmente compartilhado (DONDIS, 2007). Se o Instituto de Cultura e Arte e sua comunidade forem compreendidos como um universo, esses elementos e simbolismo fazem parte do conhecimento comum e quando utilizados tem intenção de facilitar a entrada de um novo projeto no ambiente.

Figura 15 – Moodboard com referências de outros projetos do ICA.



Fonte: Compilação dos autores.¹²

Como citado anteriormente a primeira versão foi realizada quando o projeto ainda era um trabalho de uma disciplina, então o processo de pesquisa havia sido menos aprofundado e desenvolvido. A tipografia escolhida, intitulada “Oferta do dia”, imita uma caligrafia comum a cartazes de mercado e busca trazer um caráter manual da confecção de uma letra. Já as cores são diversas e vibrantes, utilizando principalmente cores primárias e secundárias bem saturadas, tanto nos grafismos quanto no logotipo em si. As últimas duas sílabas estão desalinhadas a fim de evidenciar a palavra “Fica” e “Ica” e alguns símbolos de comunicação são acrescentados em volta para preencher os espaços vazios e garantir o equilíbrio (Figura 16). Quando a ideia se tornou um trabalho de conclusão de curso, alguns problemas na marca ficaram mais evidentes.

¹² Montagem a partir de imagens coletadas no instagram do Instituto de Cultura e Arte da UFC, do curso de Teatro UFC, do curso de Gastronomia UFC, do curso de Publicidade e Propaganda UFC, do curso de Dança UFC e do PET de Filosofia UFC.

O primeiro foi a tipografia, porque a utilizada anteriormente, além de possuir restrições de uso quanto a ser modificada, também não simbolizava nenhum aspecto específico do ICA. O segundo problema se encontra na paleta de cores, pois a quantidade excessiva no logotipo impedia que a aplicação se tornasse mais ampla e não oferecia um bom contraste para o desenvolvimento de peças visuais devido a saturação e tonalidade similar. Por fim, o último problema aconteceu com os símbolos que tinham uma função exclusivamente estética, desapareciam quando a marca estava reduzida e possuíam baixa pregnância, conceito da *gestalt* que defende que o cérebro humano reconhece e distingue melhor formas visuais simples e que segundo Dondis (2007) deve ser requerido nas marcas para gerar um alto impacto comunicativo.

Figura 16 – Primeiro logotipo do projeto Sonifica.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Após identificar esses problemas e consolidar o projeto como um trabalho de conclusão de curso iniciamos um novo processo de elaboração de identidade visual com a intenção de produzir uma marca mais pregnante e com uma correlação maior com o instituto. Dessa vez, além de analisar outras peças gráficas de projetos feitos pela comunidade do ICA, realizamos uma sessão de fotos do Instituto de Cultura e Arte e coletada imagens da arquitetura (Figura 17), da natureza (Figura 18) e das intervenções nas paredes (Figura 19). Em virtude disso, entendemos que o ideal para a concepção da nova identidade seria utilizar também elementos do próprio ICA para produzir a comunicação visual do projeto.

Figura 17 – Laje da área externa do ICA.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Figura 18 – Jardim da entrada do ICA.



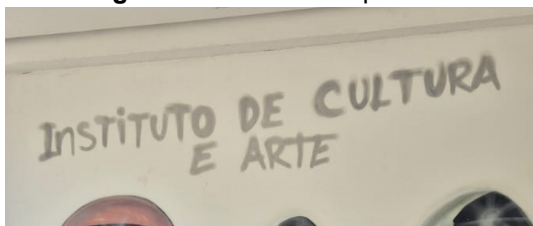
Fonte: Elaborado pelos autores.

Figura 19 – Intervenções nas paredes.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Figura 20 – Escrita na parede.



Fonte: Elaborado pelos autores.

O primeiro ponto a ser adaptado foi o logotipo, pois existia um impedimento legal na utilização da tipografia anterior. Por conseguinte, foi preciso escolher uma nova fonte, para esse processo algumas fotos das intervenções de texto nas paredes foram selecionadas (Figura 20) e utilizadas como referência. A

escolhida foi a “Asterístico”, que, segundo a publicação do autor Jonathan William em seu perfil na rede social Behance¹³, foi inspirada em letreiros urbanos de uma metrópole brasileira e, por isso, possui similaridade à caligrafia utilizada na maioria das palavras escritas nas paredes do instituto. Ainda buscando trazer o aspecto manual e dinâmico, as sílabas do nome foram dispostas de modo a ficarem desalinhadas, tanto na versão horizontal quanto na vertical. Em relação ao símbolo, foi utilizado o conceito de pregnância da *gestalt*, no qual foi escolhida a forma mais simples e reconhecível para simbolizar o conceito de “som”, a onda sonora, algo que as pessoas facilmente iriam identificar e em consequência serem mais rapidamente impactadas. Dessa forma, produzimos três variações: uma horizontal (Figura 21), uma vertical (Figura 22) e um selo feito a partir do símbolo (Figura 23).

Figura 21 – Logotipo horizontal do Sonifica.



Fonte: Elaborado pelos autores.

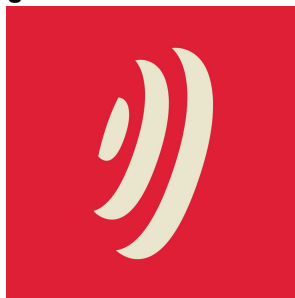
Figura 22– Logotipo vertical do Sonifica.



Fonte: Elaborado pelos autores.

¹³ Disponível em: https://www.behance.net/gallery/106822975/Asteristico-FreeFont?locale=pt_BR . Acesso em: 15 dez. 2024.

Figura 23– Selo do Sonifica.



Fonte: Elaborado pelos autores.

7.1.3 Paleta de cores

O passo seguinte ocorreu na escolha da paleta: vermelho, bege e amarelo, sendo as duas primeiras, as cores principais e o amarelo secundário. A primeira mudança foi a restrição do número de cores que aconteceu devido a necessidade de melhorar o contraste entre os tons e tornar a comunicação visual da marca mais objetiva e assertiva, uma vez que cada cor utilizada carrega em si diferentes significados culturais (DONDIS, 2007) que podem divergir e confundir a intenção da marca. Por esse motivo, foram selecionadas três cores quentes, que culturalmente são associadas a emoção e expansão (DONDIS, 2007), conceitos relevantes que representam os cursos do ICA por sua ligação com a cultura e a arte.

O vermelho foi escolhido como cor principal do projeto, pois além de ser uma cor chamativa, também representa o som, visto que coisas que fazem barulho muitas vezes são acompanhadas de luzes vermelhas (HELLER, 2012). O bege é uma cor neutra e sua função principal é de garantir contraste da marca, no entanto, por ser uma cor neutra assim como o marrom é muito associado ao natural (HELLER, 2012) algo que converge com a proposta artesanal da identidade visual. Para finalizar, o amarelo é utilizado majoritariamente como cor de destaque, porque não possui um contraste legível com o vermelho por ser uma cor bastante iluminada e saturada, mas integra as cores do projeto por representar jovialidade, otimismo e criatividade (HELLER, 2012).

Figura 24 – Cores do Sonifica.

Fonte: Elaborado pelos autores.

7.1.4 Grafismos

A última parte da comunicação visual desenvolvida foram os grafismos. Desde a primeira versão da marca, a intenção era desenvolver uma identidade que emulasse o artesanal e o manual, uma vez que o nosso projeto era sobre um vínculo afetivo da comunidade com o ICA, então evocar esse sentimento era fundamental. Por esse motivo, escolhemos como referência estética os *scrapbooks* (Figura 25), que são cadernos feitos à mão com colagens e desenhos, no qual as pessoas guardam memórias, como fotos, anotações e objetos.

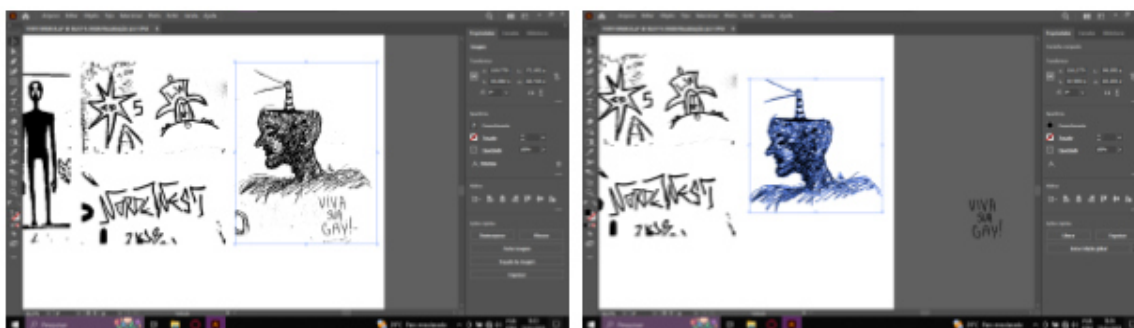
Figura 25 – Scrapbook.

Fonte: Pinterest¹⁴.

¹⁴ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/1337074888801191/>

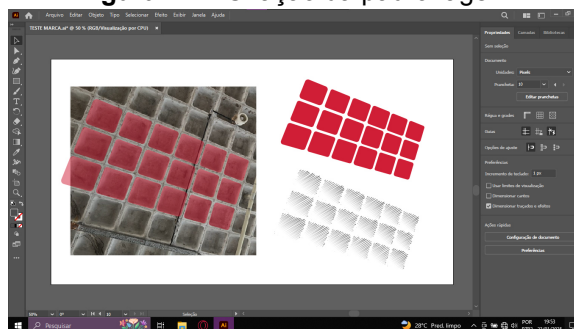
Entretanto, faltava à identidade visual um aspecto que a ligasse ao prédio do Instituto de Cultura e Arte, que é central no nosso trabalho, para atender essa demanda, a sessão de fotos realizada no início do projeto foi resgatada e inserida no processo de criação dos grafismos. Através do *software* Illustrator da Adobe, com a ferramenta “traçado de imagem”, algumas intervenções nas paredes do instituto foram refeitas e vetorizadas, para serem transformadas em grafismos (Figura 26), além disso a laje de concreto da área externa foi utilizada como molde para criação de uma padronagem de fundo (Figura 27).

Figura 26 – Processo de vetorização das intervenções.



Fonte: Compilação dos autores¹⁵.

Figura 27 – Criação da padronagem.



Fonte: Elaborado pelos autores.

7.2 Produto Principal: Tour Virtual

Desde o início da elaboração do projeto houve dúvida sobre qual seria o produto ideal para conseguir preservar tanto o ambiente físico do Instituto de Cultura e Arte, tendo em vista a possibilidade de mudança para uma nova localização, quanto as histórias e o cotidiano da comunidade. Após analisamos a problemática, houve uma compreensão de que o objetivo do Sonifica era análogo ao trabalho

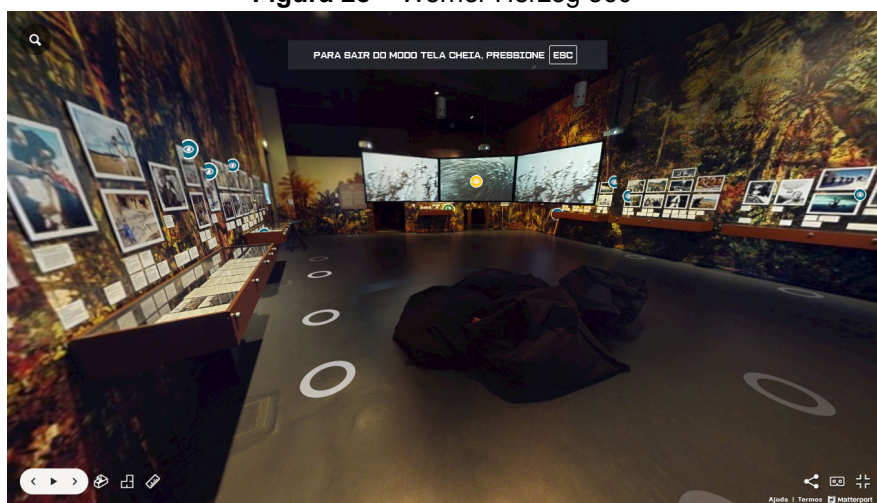
¹⁵ Montagem a partir de printscreens do computador dos autores no software Adobe Illustrator.

realizado em museus, logo, começamos uma pesquisa para descobrir como esses lugares expunham o seu acervo e tornava-o acessível ao público. Dentre as instituições pesquisadas, demos um destaque maior para aquelas que tratavam de arquivos de imagem e som, então pesquisamos o Museu da Imagem e do Som (MIS) do Ceará; o Museu da Imagem e do Som de São Paulo; o Instituto Moreira Sales (IMS) e o *Die Deutsche Kinemathek* em Berlim. Esse último foi o desencadeador para a resolução do problema, eles desenvolveram uma solução para conseguir guardar uma exposição que foi feita no museu em 2023, já que há uma rotatividade entre as exposições disponíveis.

Então visando garantir um acesso mais democrático à exposição do diretor Werner Herzog, foram coletadas imagens 360° da exibição, antes que ela fosse desmontada, e organizadas em forma de tour virtual com os arquivos de texto, vídeo e som anexados. O trabalho foi disponibilizado no site da instituição e nomeado como “*Werner Herzog 360°*” e disposto na aba “*360° exhibitions*” (Figura 28). O tour virtual é um tipo de experiência interativa digital, na qual o usuário pode navegar livremente por locais físicos que foram digitalizados através de fotografias ou vídeos e até mesmo interagir com alguns elementos.

Esse modelo que foi utilizado pelo *Die Deutsche Kinemathek* atendia a ambos os requisitos anteriormente mencionados, preservando o espaço físico e os arquivos de acervo. A partir da definição do tour virtual como produto surgiram novas problemáticas: Como produzir imagens 360°? Como anexar arquivos a essas imagens, tornando-os interativos? Onde hospedar esse tour virtual?

Figura 28 – Werner Herzog 360°



Fonte: Site Die Deutsche Kinemathek¹⁶.

Em relação à primeira questão levantada, há câmeras específicas que realizam a captura de imagens 360° e que são utilizadas para fotografar essas exposições. Baseado nessa informação, realizamos uma busca de equipamentos na cidade de Fortaleza que tivessem essa funcionalidade e chegamos a um estabelecimento de aluguel de equipamentos audiovisuais que possuía em seu catálogo uma câmera que realizava esse tipo de captura. Assim, foi feito o aluguel do equipamento e marcado uma data junto a secretaria do ICA para que o prédio estivesse vazio e não ocorresse interferências nas fotografias (Figura 29).

O processo fotográfico consistia em posicionar a câmera no tripé, escolher um local que representaria o “ponto de vista” do usuário, colocar para fotografar com um *timer* de 15 segundos e sair do campo de visão da câmera (Figura 30), esse processo foi repetido mais de 80 vezes o que gerou ao todos 86 capturas de imagens em 360° de pontos diversos do Instituto de Cultura e Arte. Depois de fazer a captura, os arquivos das fotos foram extraídos para o *software* da própria câmera que se chama “Insta360 Studio” e convertidos em imagens panorâmicas na extensão Portable Network Graphics (PNG) (Figura 31) para facilitar sua compatibilidade com outros *softwares*.

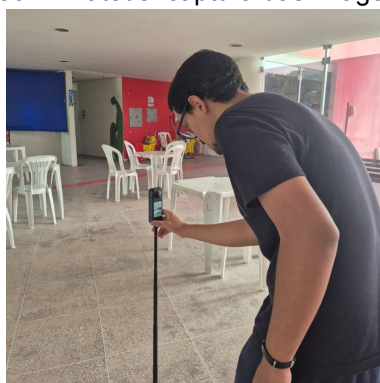
¹⁶ Disponível em: <https://www.deutsche-kinemathek.de/en/online/werner-herzog-360°>

Figura 29 – Andressa: captura das imagens 360°.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Figura 30 – Mateus: captura das imagens 360°.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Figura 31 – Imagem 360° panorâmica do ICA.

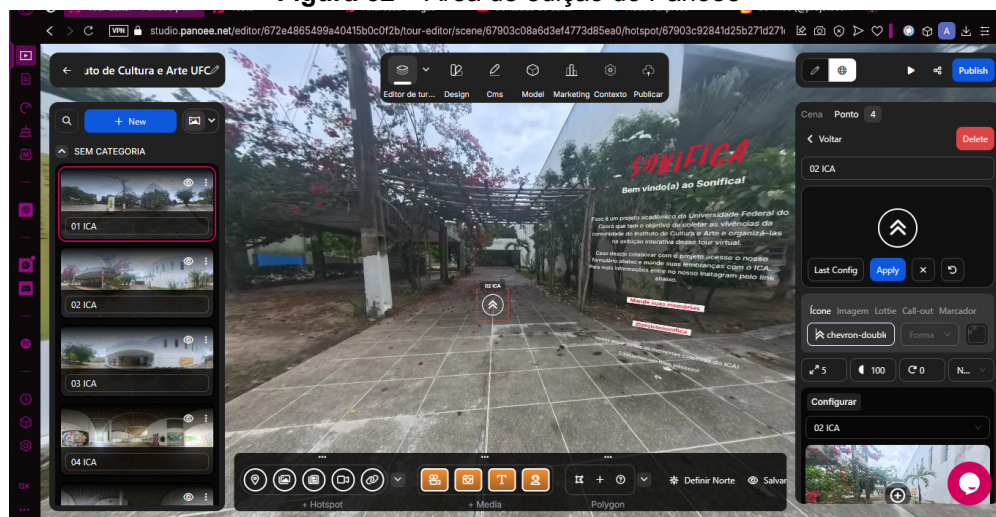


Fonte: Elaborado pelos autores.

Durante o processo de pesquisa sobre as fotos e os equipamentos necessários, também fizemos uma busca para responder às outras questões que haviam permanecido, uma vez que uma solução estava diretamente atrelada às outras. Era necessário que houvesse um meio de hospedagem para esse tour que

os usuários conseguissem acessar de maneira prática e que também permitisse arquivos de vídeo, imagem e som serem anexados. Em decorrência disso, o site “Panoee” (Figura 32) foi escolhido para hospedar o tour, uma vez que além de ter um plano gratuito também tinha as ferramentas necessárias para garantir o funcionamento do tour virtual¹⁷.

Figura 32 – Área de edição do Panoee



Fonte: Panoee.

7.3 Estratégia de comunicação multicanal

Para justificar a entrega de projeto em dupla, desenvolvemos ao longo do processo materiais além do tour como forma de ampliar o reconhecimento e engajamento em relação ao Sonifica, por isso, optamos por uma estratégia de múltiplos canais visando a variação dos pontos de contato. Acerca disso, McLuhan (1964) já argumenta ainda no século XX que o meio de comunicação em si tem um impacto maior no receptor do que o conteúdo específico que ele transmite, assim a combinação de diferentes mídias pode criar novas formas de comunicação e interação.

O perfil do Instagram foi o primeiro deles e o mais utilizado, dada a maior praticidade por ser uma rede social. Os demais foram pensados para ter um uso posterior a este relatório, principalmente pelo nosso intuito em dar sequência ao projeto. Dessa forma, o uso combinado a médio-longo prazo dos meios é uma forma de manter esse contato com a comunidade do ICA Pici e assim continuar com o

¹⁷ Disponível em: <https://tour.panoee.net/672e4865499a40415b0c0f2b>.

recebimento de materiais para o acervo.

7.3.1 Zine

Depois de fixar o tour virtual como o produto que carregaria a base do projeto, surgiu a necessidade de formular uma peça que pudesse complementar e apoiar de maneira física o trabalho, visando democratizar o acesso para além das fronteiras digitais, mas também interligar os dois tipos de mídia. Em virtude disso, o *fanzine* ou apenas *zine* foi escolhido, primeiramente por ser um produto com um custo de produção mais acessível permitindo uma tiragem maior de impressão e principalmente por ser uma mídia alternativa que carrega em sua essência uma produção artesanal, manual e independente (MAGALHÃES, 2013), aspectos anteriormente citados como relevantes ao projeto.

Em seguida, iniciamos a confecção, partindo da pesquisa para decidir o tipo de *zine* que iria ser construído. Inicialmente, o manual era mais atrativo devido ao processo artesanal da confecção, no entanto, a produção artesanal seria um fator limitante para a quantidade de cópias produzidas, pois sendo um conteúdo feito visando toda comunidade do Instituto de Cultura e Arte necessitaria de um número mais expressivo. Em vista disso, a versão digital e impressa tornou-se o meio mais viável de produção, todavia, os elementos visuais continuavam a emular o aspecto de trabalho manual. Mesmo assim, visando resgatar o processo criativo artesanal não só na imagética como também na produção do trabalho, o material foi impresso somente em uma folha grande com o objetivo de utilizar uma técnica de dobra e recorte para reproduzir a aparência de um revista, com páginas, e criar o *zine* (Figura 33).

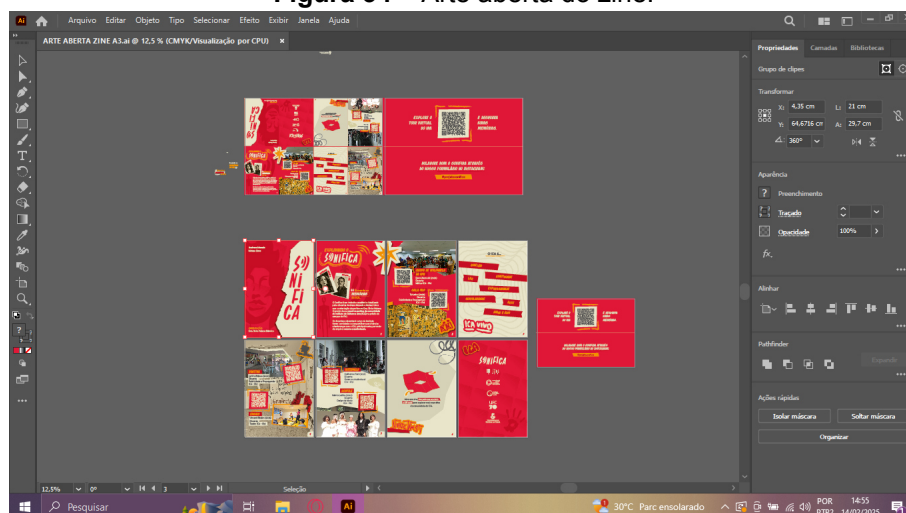
Figura 33 – Mockup zine A3.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Então, produzimos um *zine* impresso em papel A3¹⁸, dobrável e uma versão digital, ambas feitas através do *software* Adobe Illustrator (Figura 34). No total, o *zine* possui uma capa, uma contra-capas, seis páginas de conteúdo e um verso interno com direcionamento para o tour virtual e para o instagram do projeto. Nas laudas que possuem conteúdo tem-se os seguintes 4 assuntos: na página 1, uma explicação sobre o projeto; na 3, uma nuvem de palavras formada pelas respostas do formulário; na 6, orientação para desdobrar o *zine* e nas páginas 2, 4 e 5, alguns relatos de memórias que foram enviadas pela comunidade. Já referente a versão digital¹⁹, ela possui apenas duas diferenças em relação à versão física: não possui o verso, devido a impossibilidade da mídia de reproduzir o mesmo efeito que a versão material e, por isso, tem sua página 6 substituída pelo QR Code que direciona ao tour e pela divulgação do instagram do projeto.

Figura 34 – Arte aberta do zine.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Por fim, para o processo de distribuição física, escolhemos seguir duas estratégias, uma entrega presencial feita no início do semestre 2025.1 no ICA entre estudantes e professores, onde, logo após, as cópias que sobraram seriam disponibilizadas na secretaria do instituto e nas coordenações dos cursos. Enquanto,

¹⁸ Disponível em:

https://drive.google.com/file/d/1WcspcPZf49f87L02iv_jpxSvBhKSO1Tx/view?usp=sharing

¹⁹ Disponível em:

https://drive.google.com/file/d/1OBI_YtBhhtJa6EfQDdJHv7gsWe40Sggg/view?usp=sharing

a versão digital será disponibilizada de modo integral e irrestrito no instagram do projeto.

Vale ressaltar, que por possuir um caráter permanente, a tendência é que outras versões do *zine* sejam construídas conforme novos conteúdos sejam mandados para o projeto. Desse modo, a estrutura seria mantida e somente o conteúdo seria trocado.

7.3.2 Stopper

Ao longo do desenvolvimento das duas peças anteriores uma nova questão surgiu, a necessidade de um produto que ajudasse a garantir que novos ingressantes da comunidade do ICA, que não tivessem acesso ao *zine*, devido sua condição numérica limitada, pudessem conhecer e colaborar com o projeto. Nesse cenário, tivemos a ideia de produzir um item que pudesse permanecer no espaço público do instituto, mas que se destacasse no meio das interferências visuais que o espaço já possuía.

Então, após analisar as opções de mídias físicas de promoção viáveis tanto para o conceito do trabalho quanto para os recursos financeiros disponíveis, optamos pelos *Shelf stoppers* ou apenas *Stoppers* que são um tipo de material publicitário utilizado em pontos de venda, principalmente em prateleiras de supermercados. Os *stoppers* normalmente se projetam para fora da superfície, logo são utilizados para chamar a atenção do público e colocar uma informação em destaque (RM2, 2024).

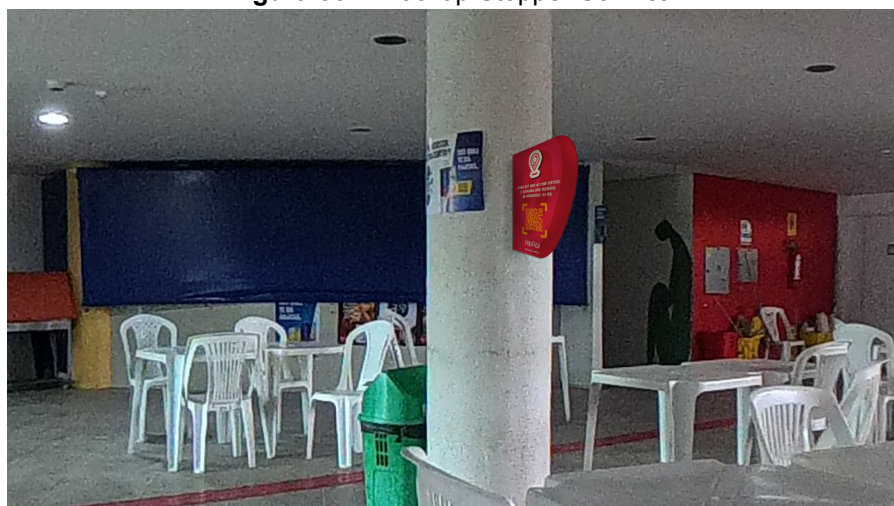
Figura 35 – Exemplo de stopper.



Fonte: RM2²⁰

Tendo em vista que a motivação para desenvolver o produto era gerar interação com o público e incentivar a curiosidade acerca do projeto, a distribuição das placas ocorreu perante o seguinte critério: foram escolhidos alguns pontos do tour virtual que possuíam mídias enviadas pela comunidade e depois colocados os *stoppers* em suas respectivas localizações no espaço físico do ICA com o objetivo de informar sobre a existência do conteúdo digital e direcionar os visitantes ao tour virtual. Para auxiliar nesse processo, o texto da peça convida o público a ler o *QR code*, para acessar o tour e ir até aquele lugar na versão digital a fim de encontrar uma memória da comunidade, algo que instiga a curiosidade e torna a experiência de navegar pelo tour mais dinâmica.

Figura 36 – Mockup Stopper Sonífica.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Quanto aos aspectos técnicos e visuais da peça, o *stopper* foi feito seguindo a identidade visual pré estabelecida e impresso em papel cartão, garantindo sua estabilidade, com 35 cm de altura por 30 cm de largura, um tamanho que visa a plena visualização e fixado na parede a 1,5 m do chão, com intenção de deixar em uma altura próxima dos olhos e facilitar a visualização, assim como a escolha do *QR Code* como instrumento de conversão ocorreu pela comodidade que o usuário tem de acessá-lo.

²⁰ Disponível em:

blog.rm2.com.br/materiais-graficos/stopper/#:~:text=Um%20stopper%20é%20uma%20pequena.cons,umidore%20que%20passam%20pelo%20corredor.

7.3.3 Produção de conteúdo

Criamos um perfil no Instagram para o projeto (@projetosonifica) como forma de aumentar a visibilidade dele bem como da sua mensagem. A escolha da rede social se deu porque além de permitir o compartilhamento de imagens e vídeos, ela é uma das mais utilizadas no Brasil, com cerca de 134.6 milhões de usuários somente no início de 2024²¹. Após um momento de orientação com a Silvia e brainstorming entre a dupla, definimos que o tom de voz utilizado deveria ser próximo, convidativo e nostálgico, assim prezamos por não comunicar nos conteúdos que esse era um projeto de TCC, como forma de gerar conexão mais pela ideia do que pelo motivo acadêmico ao qual ela foi desenvolvida.

Com isso, desenvolvemos um planejamento de conteúdo pautado nos seguintes pilares:

- I. Informativo: apresentar informações sobre o projeto, seu propósito e esclarecer possíveis dúvidas.
- II. Inspiracional: inspirar o público com ideias que as façam refletir sobre sua rotina no instituto e assim gerar estímulo para que participem com o preenchimento do formulário.
- III. Identificação: gerar proximidade através dos conceitos de memórias, vivências e pertencimento ao ICA Pici.

Ao total foram 09 ideias de conteúdos planejadas, sendo que dessas 07 já foram concluídas. Os demais conteúdos possuem previsão de serem postados após a finalização deste relatório.

Conteúdos planejados:

Tabela 02 – Planejamento de conteúdos para o Instagram.

CONTEÚDO	FORMATO	DATA DA POSTAGEM
1. O que é o Sonifica?	Estático (tela única)	07/01/2025

²¹ DATAREPORTAL. Digital 2024: Brazil. 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. Acesso em: 15 fev. 2025.

2. A rotina vai fazer falta.	Reel	09/01/2025
3. O que mandar para o Sonifica?	Carrossel	13/01/2025
4. Roda de conversa.	Estático (tela única)	16/01/2025
5. Dia mais comum no ICA.	Reel	18/01/2025
6. Isso não é só uma parede.	Carrossel	22/01/2025
7. Definindo a experiência no ICA.	Reel	25/01/2025
8. Materiais produzidos.	Carrossel	Previsão: 26/02/2025
9. O sonifica não acabou.	Reel	Previsão: 07/03/2025

Fonte: elaborado pelos autores.

Os dois últimos conteúdos tem como objetivo apresentar os materiais que foram desenvolvidos e informar o público que o projeto ainda terá sequência. Portanto, o perfil continuará aberto e possivelmente ainda se mantenha ativo com novos conteúdos. De toda forma, ele será uma das formas de acessar o formulário, assim como os demais materiais produzidos para permitir futuras participações ao acervo.

Essa permanência juntamente com a estratégia de interação com os estudantes no próximo semestre para a entrega do *zine* são formas garantir que mais pessoas saibam acerca do Sonifica e queiram colaborar conosco, visto que é um processo constante.

8. CONCLUSÃO

O Sonifica surgiu a partir do nosso desejo e percepção da necessidade de registrar e preservar as memórias sonoras e afetivas do ICA Pici e ficou evidente que o espaço universitário não é apenas um ambiente de ensino, mas também um território de experiências coletivas, identidade cultural e pertencimentos. Ao longo do desenvolvimento, percebemos que a memória vai além de registros visuais e escritos, sendo também constituída pelos sons e pelas vivências compartilhadas em diferentes ambientes.

De fato, a nossa jornada até essa breve “conclusão” do projeto não foi tão fácil, visto que idealizamos o processo de uma forma e fomos surpreendidos ao longo dele por mudanças e aprimoramentos que nós mesmos vimos serem necessários, tanto em relação à metodologia quanto aos materiais produzidos, além da falta de engajamento por parte da comunidade do ICA Pici em colaborar com o acervo. Mas, isso apenas afirma que a memória depende da participação ativa dos indivíduos para se manter viva e contínua, pois de outro modo ela será apenas um instrumento de saudosismo.

De toda forma, o projeto conseguiu cumprir seu propósito inicial, demonstrando que a memória sonora contribui para a preservação da identidade de um espaço. Apesar dos produtos desenvolvidos não conseguirem fornecer dados suficientes para demonstrar a efetividade da preservação devido à impossibilidade temporal, eles conseguem se apresentar como opções viáveis à conservação e propagação dessas memórias.

Diante disso, para nós até o momento de finalização deste relatório, a paisagem sonora do ICA Pici pode ser entendida como o encontro singular de sons artísticos, acadêmicos e espontâneos, refletidos através de música, de conversas, manifestações artísticas e de risadas. Afinal, desde o seu surgimento o ICA se difere de outros espaços universitários tidos como mais formais ou até mesmo silenciosos, mas isso não impede de que esse espaço seja percebido também como mais calmo ou que gera mais liberdade para respirar para alguém, por exemplo.

Afinal, a memória está sendo construída agora no presente e os sons que hoje marcam o ICA, podem não ter sido os mesmos de anos atrás, assim como podem ser diferentes daqui há algum tempo. Por isso, como uma proposta sem data de validade prevista, o Sonifica se firmou como uma iniciativa dinâmica e de caráter contínuo, podendo ser expandida no futuro conforme novas contribuições forem sendo adicionadas ao acervo.

Por fim, o Sonifica não se encerra com este relatório. Como um projeto vivo, ele continua aberto para novas colaborações e pode ser atualizado à medida que o ICA Pici se transforma e seus sons e histórias continuam a ecoar. Portanto, essa constância no recebimento dos materiais, também pede de nós enquanto responsáveis pela iniciativa, de mantermos o contato com a comunidade do ICA Pici para que ela entenda ainda mais a relevância do Sonifica.

REFERÊNCIAS

- ASSMANN, Aleida. **Espaços da recordação: formas e transformações da memória cultural**. Tradução de Paulo Soethe. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2011.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 1997. p. 283-350: Culturas híbridas, poderes oblíquos. Comentário: Heloísa Costa Milton (UNESP/Campus de Assis).
- CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Tradução: Magda Lopes. 3. ed. Porto Alegre: ARTMED, 2010. 296 páginas.
- DATAREPORTAL. **Digital 2024: Brazil**. 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. Acesso em: 14 fev. 2025.
- DONDIS, D. A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. Tradução: J. L. Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- ETZKOWITZ, Henry; LEYDESDORFF, Loet. *The dynamics of innovation: from National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university-industry-government relations*. Research Policy, v. 29, n. 2, p. 109-123, 2000.
- FAZENDA, I. C. A. **Interdisciplinaridade: história, teoria e pesquisa**. São Paulo: Papirus, 1994.
- FELD, Steven. *Sound and Sentiment: Birds, Weeping, Poetics, and Song in Kaluli Expression*. Durham: Duke University Press, 1982.
- GARCIA, L. H. A.; MARRA, P. S. **Paisagem Sonora e Patrimônio Cultural: Um estudo Exploratório**. In: MARLUCE Maria Custódio; FERNANDO Barotti dos Santos; MARIA Flávia Máximo. (Org.). *Direito de Paisagem: Aspectos Jurídicos e Interdisciplinares*. 1. ed. Belo Horizonte, São Paulo: D'Plácido, 2020, v. 1, p. 235-250.
- GARCIA, L. H. A.; MARRA, P. S. **Praças polifônicas: o som e a música popular como tecnologias de comunicação no espaço urbano**. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 23, n. 1, jan./abr. 2016.
- HALBWACHS, M. **A Memória coletiva**. Tradução de Laurent Léon Schaffter. São Paulo: Vértice/Revista dos Tribunais, 1990.
- HELLER, Eva. **A Psicologia das Cores: Como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo: Editora Gustavo Gili, 2012.
- JAPIASSU, Hilton. **Interdisciplinaridade e patologia do saber**. Rio de Janeiro: Imago, 1976.
- LANE, Karyne. **Maré de mudança: o que pensam estudantes e professores do novo Campus Iracema**. O Povo, 14 maio 2024. Disponível em: <https://mais.opovo.com.br/reportagens-especiais/ufc-acquario-campus-iracema/2024/05/14/mare-de-mudanca-o-que-pensam-estudantes-e-professores-do-novo-campus-iracema.html>. Acesso em: 12 fev. 2025.

MAGALHÃES, Henrique. **O rebuliço apaixonante dos fanzines**. 3. ed. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2013.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MOURA, A. F.; LIMA, M. G. A. **A Reinvenção da Roda: Roda de Conversa, um instrumento metodológico possível**. Revista Temas em Educação, [S. l.], v. 23, n. 1, p. 95–103, 2014.

NORA, Pierre. **Entre Memória e História: A Problemática dos lugares**. Tradução: AUN KHOURY, T. Y. Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História, [S. l.], v. 10, 2012.

O POVO. **Estudantes da UFC denunciam problemas do ICA em paródia de "Happy"**. O POVO, Fortaleza, 2014. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/fortaleza/2014/05/estudantes-da-ufc-denunciam-problema-s-do-ica-em-parodia-de-happy.html>. Acesso em: 14 fev. 2025.

PEREIRA, Vinicius Andrade. **SONLÊNCIO: Modulações da Experiência de Silêncio na Cultura Aural Contemporânea**. In: XXVIII Encontro Anual da Compós, 2019, Porto Alegre. Anais do XXVIII Encontro Anual da Compós. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2019.

POLLAK, Michael. **Memória e identidade Social**. Tradução: Monique Augras. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 5, n. 10, 1992, p. 200-212.

RM2. Stopper: **Como aumentar a visibilidade e o impacto do seu produto no PDV**. In: RM2. São Paulo, 14 nov. 2024. Disponível em: <https://blog.rm2.com.br/materiais-graficos/stopper/#:~:text=Um%20stopper%20é%20uma%20pequena,consumidores%20que%20passam%20pelo%20corredor>. Acesso em: 20 jan. 2025.

SCHAFER, R. Murray. **A afinação do mundo: uma exploração pioneira pela história e pelo atual estado do mais negligenciado aspecto do nosso ambiente: a paisagem sonora**. Tradução de Marisa Trench de Oliveira Fonterrada. 2. ed. São Paulo: Unesp, 2001. Original publicado em 1977 como *The Tuning of the World*.

SONIFICAR. In: **Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Academia Brasileira de Letras, 2025. Disponível em: <https://servbib.academia.org.br/dlp/verbete.xhtml?entrada=sonificar>. Acesso em: 27/01/2025.

TRAVERSO, Enzo. **O passado, modos de usar: história, memória e política**. Lisboa: Edições Unipol, 2012.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. **Histórico**. Disponível em: <https://acessoinformacao.ufc.br/pt/institucional/historico/>. Acesso em: 11 de fevereiro de 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. **Instituto de Cultura e Arte da UFC comemora 13 anos de trajetória com série de publicações nostálgicas nas redes sociais**. 2021. Disponível em: <https://ica.ufc.br/pt/instituto-de-cultura-e-arte-da-ufc-comemora-13-anos-de-trajetoria-com-serie-de-publicacoes-nostalgicas-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 14 fev. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. **Resolução nº 16/Consuni, de 14 de agosto de 2008. Dispõe sobre a criação do Instituto de Cultura e Arte (ICA) da UFC.** Fortaleza: UFC, 2008. Disponível em: https://www.ufc.br/images/_files/a_universidade/consuni/resolucao_consuni_2008/resolucao_16_consuni_2008.pdf. Acesso em: 13 fev. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. **Resolução nº 17/Consuni, de 14 de agosto de 2008. Dispõe sobre a estrutura administrativa do Instituto de Cultura e Arte (ICA) da UFC.** Fortaleza: UFC, 2008. Disponível em: https://www.ufc.br/images/_files/a_universidade/consuni/resolucao_consuni_2008/resolucao_17_consuni_2008.pdf. Acesso em: 13 fev. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. **UFC conclui licitação do novo Campus Iracema; obra será iniciada após elaboração do projeto executivo.** 2025. Disponível em: <https://www.ufc.br/noticias/19223-ufc-conclui-licitacao-do-novo-campus-iracema-obra-sera-iniciada-apos-elaboracao-do-projeto-executivo>. Acesso em: 13 fev. 2025.

WERNER Herzog 360°. In: **DIE BEAUFTRAGTE DER BUNDESREGIERUNG FÜR KULTUR UND MEDIEN** (Alemanha). Die Deutsche Kinemathek. 360° exhibitions. Berlim, 2023. Disponível em: <https://www.deutsche-kinemathek.de/en/online/werner-herzog-360°>. Acesso em: 5 dez. 2024.

ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção, leitura.** Tradução: Jerusa Pires Ferreira e Suely Fenerich. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

APÊNDICE A – TOUR VIRTUAL

Link para acessar o tour virtual do Instituto de Cultura e Arte feito pelo projeto

Sonifica:

<https://tour.panoee.net/672e4865499a40415b0c0f2b>

APÊNDICE B – ZINE**ZINE FÍSICO****Link**

https://drive.google.com/file/d/1WcspcPZf49f87L02iv_jpxSvBhKSO1Tx/view?usp=drive_link

Capa

Páginas 1 e 2



Páginas 3 e 4



Páginas 5 e 6



Contra-capa



Verso**ZINE DIGITAL****Link:**

https://drive.google.com/file/d/1OBI_YtBhtJa6EfQDdJHv7gsWe40Sggg/view?usp=drive_link

Página 6 (única diferente)

APÊNDICE C – STOPPER

Arte de impressão

APÊNDICE D – INSTAGRAM

Link para acessar o instagram do projeto:

<https://www.instagram.com/projetosonifica/>