

LES EXTASIADES

AITOR - DANIELA - EVA - FRAN - GONZALO - MARCELA - MIGUEL



LA MUERTE DE LA REALIDAD - MADNESS



concepto

“El viaje sin-sentidos”

La idea es juntar el viaje a través de los sentidos que realiza el usuario (escuchando, mirando, tocando...) con el juego de palabras de que puede que se sienta como un caos y no tenga sentido la exposición, que es otro sentimiento válido y posible que genere.

insight

El arte se representa de muchas maneras

La verdad del cliente es que puede encontrarse hoy en día el arte de muchas formas distintas. Es cierto que siempre se tiene un debate profundo entre lo que es arte y lo que no, por eso el grupo ha decidido hacer obras con distintas herramientas y elementos para que se cree toda una experiencia sensorial.



estrategia de marketing



sofi

sofía morales

Edad: 28 años.

Estado: Soltera, sin hijos.

Ubicación: Barcelona.

Ocupación: Diseñador gráfico.

Descripción: Como persona creativa se deja llevar e influenciar por todo tipo de artistas y obras, le gusta ver cosas nuevas y crear diseños nunca antes vistos.

Un día en su vida: al despertarse en su pequeño, pero acogedor, piso en el centro de Barcelona se hace un café y se lo bebe mientras revisa sus redes sociales en busca de inspiración de artistas de todo el mundo. Después de esto se dirige al estudio que comparte con una amiga, para poder trabajar en los diseños que distintas marcas le han pedido.

A la hora de la comida se bajan a un bar/cafetería donde se juntan con más amigos, todos ellos artistas; mientras almuerzan comparten experiencias artísticas y las últimas tendencias creativas. Por las tardes hace sesiones fotográficas inspiradas en todo aquello que ve a través de redes sociales; cuando termina vuelve a su piso y se pone a dibujar, hace diseños abstractos, realistas, surrealista... dependerá de cómo se sienta y la inspiración que tenga.

A la hora de la cena se prepara algo sencillo mientras investiga algunos artistas u obras nuevas que ha encontrado o que la han recomendado. Antes de dormir apunta ideas nuevas para sus proyectos y se relaja con música mientras prepara un par de bocetos para el siguiente día.

Relación con la marca: a nuestra exposición irían principalmente personas interesadas en el arte. Características: aire alternativo, creativa, que se desvía de lo convencional, auténtica y original.

Sofía conoce la marca, un día investigando en redes sociales encontró un espectáculo un tanto extraño, ya que estaba en medio de la calle y tenía un código QR. A partir de ahí empezó a indagar en la página web y está atenta a posibles actualizaciones.



laura andrade

Edad: 35 años.

Estado: Casada, sin hijos.

Ubicación: Granada.

Ocupación: Profesional Independiente.

Descripción: Una mujer reservada pero muy creativa que ama el arte, tiene mucho potencial e ideas para brindar al mundo, se hace ver como una persona tranquila pero tiene ideas muy descabelladas. Le encanta ilustrar en todo tipo de sentido.

Un día en su vida: Laura trabaja como consultora independiente en marketing digital. Su día comienza temprano, tomando su té matcha y mientras va revisando correos electrónicos, contestando mensajes y actualizándose con las últimas tendencias en marketing, moda y redes sociales.

Se va llenando de información sobre nuevas técnicas de dibujo, nuevas formas de persuasión y publicidad. Cada espacio que tiene libre abre su diario y plasma todas las ideas que se le vienen a la cabeza a lo largo del día; haciendo dibujos, sketches, jugando con texturas, colores, efectos visuales y nuevos diseños. Dedica tiempo a la creación de contenidos y gestión de redes sociales para sus clientes. Participa en reuniones virtuales con equipos remotos.

Conducta Digital: Utiliza aplicaciones y herramientas de gestión de proyectos en línea. Busca activamente recursos educativos en línea para mantenerse actualizada. Prefiere la comunicación a través de correo electrónico y mensajes directos en redes sociales.

Relación con la Marca: Valora las marcas que ofrecen soluciones innovadoras y herramientas efectivas para su trabajo. Se involucra en comunidades en línea y sigue marcas influyentes en su industria. Aprecia las ofertas personalizadas y la atención al cliente rápida. Se destaca por su originalidad, creatividad, abundancia y su mente abierta.



3 acciones

espectáculos y código qr

En diferentes ciudades por toda España se presentarán distintas performances mostrando los diferentes conceptos de diferentes maneras. Será un concepto distinto en cada ciudad. Así será:

- **Jardín botánico, Madrid (erotismo). Nombre: jardín exótico.**

Sitio natural con espacios y jardines impresionantes. Como queremos seguir la estética de lo natural usaremos un par de personas a las que les estén haciendo un bodypainting; obviamente usaremos pinturas ecológicas para no contaminar el medio ambiente.

Al lado se pondría un caballete con un lienzo en el que esté el logotipo y un código QR.



espectáculos y código qr

- **Cueva de Zugarramurdi, Navarra (oscuridad). Nombre: la oscuridad.**

Año 1610, Zugarramurdi. Un pequeño pueblo encajado en las montañas del Pirineo de Navarra se vio sacudido por unos siniestros sucesos que alertaron a la Inquisición. Denuncias, acusaciones cruzadas entre vecinos acabaron con detenciones, torturas y un Auto de Fe que condenó a morir en la hoguera a 12 mujeres por herejes.

La historia más famosa y siniestra de la brujería se encuentra aquí donde hoy se puede visitar el museo y las cuevas de las brujas de Zugarramurdi, esas que según contaban se reunían en el prado del Aquelarre, lanzaban conjuros y bailaban desnudas hasta el amanecer. En esta performance habrá una persona tocando Invierno de Vivaldi con un violonchelo/violín.

A la vista estará el logotipo y el código QR.



espectáculos y código qr

- **Valencia, ciudad de las artes y las ciencias (conciencia/video).**
Nombre: luces, espectáculo, arte.

Es una ciudad innovadora por eso mismo jugaremos con la tecnología; usaremos el agua de pantalla para mostrar animaciones lasers y luces, también nos ayudaremos de drones.

Al finalizar el espectáculo caerán dos lonas negras en los extremos donde estará el logotipo y un código QR.



- **Parque del laberinto de horta, Barcelona (pérdida).** **Nombre: laberinto de las ilusiones.**

Está será la actuación más literal, se hará una exposición de arte a lo largo del laberinto. El código QR y el logo estarán presente en toda la exposición.

Código QR. En todas las exposiciones se irán encontrando códigos QR que especificarán el nombre, concepto, ubicación y estética de la siguiente performance.



caja premium

Para los que lo deseen podrán disfrutar de la experiencia premium las entradas se enviarán de una forma especial. Es un cubo que por fuera es espejo, al abrir la caja se podrá encontrar la entrada especial, unas tarjetas con distintas pistas de lo que encontrarás en la exposición y algún detalle como puede ser una pulsera/brazalete o llavero.

Esta caja vendría con arena dentro para aportar el matiz del desierto y que el usuario tenga que desenterrar su contenido y genere un comportamiento interactivo entre la marca y el cliente.

espejos distorsionados

Son espejos pequeños, manejables, que distorsionan el reflejo, serán del tipo cartel sin llegar a serlo y que incluye frases existenciales como las que aparecen en la obra de la conciencia (video).

Estos estarían expuestos por las calles de diferentes ciudades a modo de cartelería urbana, para que el caminante se tope con los mismos y creen contenido en sus redes, se muestre curiosidad y de publicidad pasiva.



estrategia transmedia

La idea principal de nuestra exposición es que a través de distintos medios/localizaciones puedes entender, ver y consumir las distintas performances y obras teniendo sentido. Hemos querido jugar con las obras y las distintas acciones transmedia como si fuesen las piezas de un puzzle, obviamente cada pieza es importante y entendible por sí sola pero todo unido te hace entender verdaderamente lo que el conjunto transmite.

Estamos representados principalmente en la web, no queríamos redes sociales, ya que nuestro concepto es la muerte de la realidad y parte de esa realidad hoy en día son las redes sociales. Aunque hay que tener en cuenta que a la hora de la verdad estaremos presentes en redes, debido a esa gente que cuente o exprese su experiencia en la exposición o con los espectáculos.

La esencia fundamental que subyace en nuestra propuesta expositiva radica en la posibilidad de comprender, visualizar y consumir diversas performances y obras a través de diferentes medios y localizaciones, otorgándoles significado en conjunto. Nos hemos propuesto abordar las obras y las diversas acciones transmedia como si fueran las piezas de un intrincado rompecabezas. Cada pieza, por supuesto, posee su propia importancia y comprensibilidad de manera independiente; no obstante, es la unión de todas estas partes la que permite una comprensión verdadera de lo que el conjunto busca transmitir.

Nuestra presencia principal se establece en el ámbito digital, prescindiendo conscientemente de las redes sociales. Este enfoque encuentra su raíz en la concepción de la muerte de la realidad, y las redes sociales forman parte inherente de esa realidad contemporánea. No obstante, es imperativo considerar que, en última instancia, nos veremos obligados a participar en plataformas sociales. Esta decisión responde a la necesidad de conectar con aquellos individuos que deseen compartir o expresar sus vivencias relacionadas con la exposición o los espectáculos.

En un intento de trascender las barreras físicas y desafiar las nociones tradicionales de experiencias artísticas, hemos concebido nuestra exposición como un fenómeno que se desenvuelve en el ciberespacio. Este entorno digital ofrece la flexibilidad necesaria para adaptarse a diversas formas de expresión artística y permite a los espectadores explorar y sumergirse en nuestro concepto transmedial desde cualquier lugar del mundo.

En última instancia, nuestra visión se materializa como una experiencia que va más allá de los límites convencionales, desafiando las expectativas preestablecidas y fomentando la participación activa del espectador. A través de la combinación de elementos transmedia y la presencia estratégica en el mundo digital, aspiramos a ofrecer una narrativa artística única que estimule la reflexión y la interacción en el contexto contemporáneo.