

## **Definições de um Mundo Pessoal <sup>1</sup>**

André Lopes PEREIRA<sup>2</sup>  
Lamounier Lucas Pereira JÚNIOR<sup>3</sup>

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

### **RESUMO**

O livro Definições de um mundo pessoal, mostra o trabalho em equipe na produção de um livro infantil, contextualizando de forma mais simples e pessoal o ponto de vista de cada aluno na definição de palavras aleatórias, e na exploração do potencial criativo de cada aluno. O livro foi inspirado na obra de Adriana Falcão, “Mania de Explicação”, e as ilustrações também foram feitas em giz de cera como na obra original.

**PALAVRAS-CHAVE:** livro, ilustração, definição, diversidade, alunos

### **1 INTRODUÇÃO**

A elaboração deste projeto foi proposta à turma de segundo período de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva, na disciplina de Oficinas de Criatividade como uma produção editorial do livro, inspirado na obra “Mania de Explicação” de Adriana Falcão, um livro infantil que mostra a explicação mais simples e pessoal de palavras que podem ser de difícil entendimento para uma criança. O livro foi feito em uma turma pequena, com apenas dezessete alunos, mas com uma diversidade de ideias e opiniões que contribuíram expressivamente para a construção do livro, feito de forma artesanal, que iguala o potencial criativo dos alunos para o desenvolvimento de um todo.

### **2 OBJETIVO**

Este trabalho tem como objetivo, os graduados em desenvolver uma produção usando suas habilidades de redação e design de maneira lúdica, sem a preocupação com técnicas e métodos específicos. O projeto também é uma forma de aproximação da turma e trabalho em equipe, os alunos ficaram responsáveis, por toda a produção, montagem, diagramação e revisão do projeto acadêmico.

### **3 JUSTIFICATIVA**

Inspirado em uma obra infantil Mania de Explicação, o livro Definição de um Mundo Pessoal é uma alternativa clara para a exploração da criatividade dos alunos, que tem a procurar o mais subjetivo de suas definições para palavras aleatórias, que indicam várias interpretações pessoais. O livro contextualiza a diversidade na criação dos alunos em

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Edição do Livro.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: de-2d@hotmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: raoult@bol.com.br.

definições de ilustrações e palavras e para a produção de um livro com caráter infantil que pode ser lido e entendido por várias faixas etárias.

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A sustentação do projeto foi a partir das definições das palavras e da criação dos desenhos feitos pelos alunos da turma, individualmente. Foram feitas em papel a4, as ilustrações foram feitas em giz de cera, e finalizada em softwares de edição de imagens. Os textos do texto foram feitos na fonte grotesca, a *Concurso Italian*, que remete uma leitura mais simples e menos cansativa, elaborada para a produção de um livro infantil, feito por jovens. De acordo com Byrne (2004) “fontes sem serifa também parecem mais modernas, dinâmicas e flexíveis.” O nome do livro foi escolhido em forma de brainstorm entre os alunos na turma, e escolhido o que mais define o conteúdo do livro.

#### 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Dentro das características citadas na produção do livro, o conteúdo do livro deve ser atrativo tanto visualmente, quanto agradável a manipulação do material, por isso foi utilizado o verniz localizado nas fontes, e em algumas ilustrações. A segunda e terceira capa, foram feitas com a foto dos criadores do projeto, mostrando a unificação e identidade da turma.

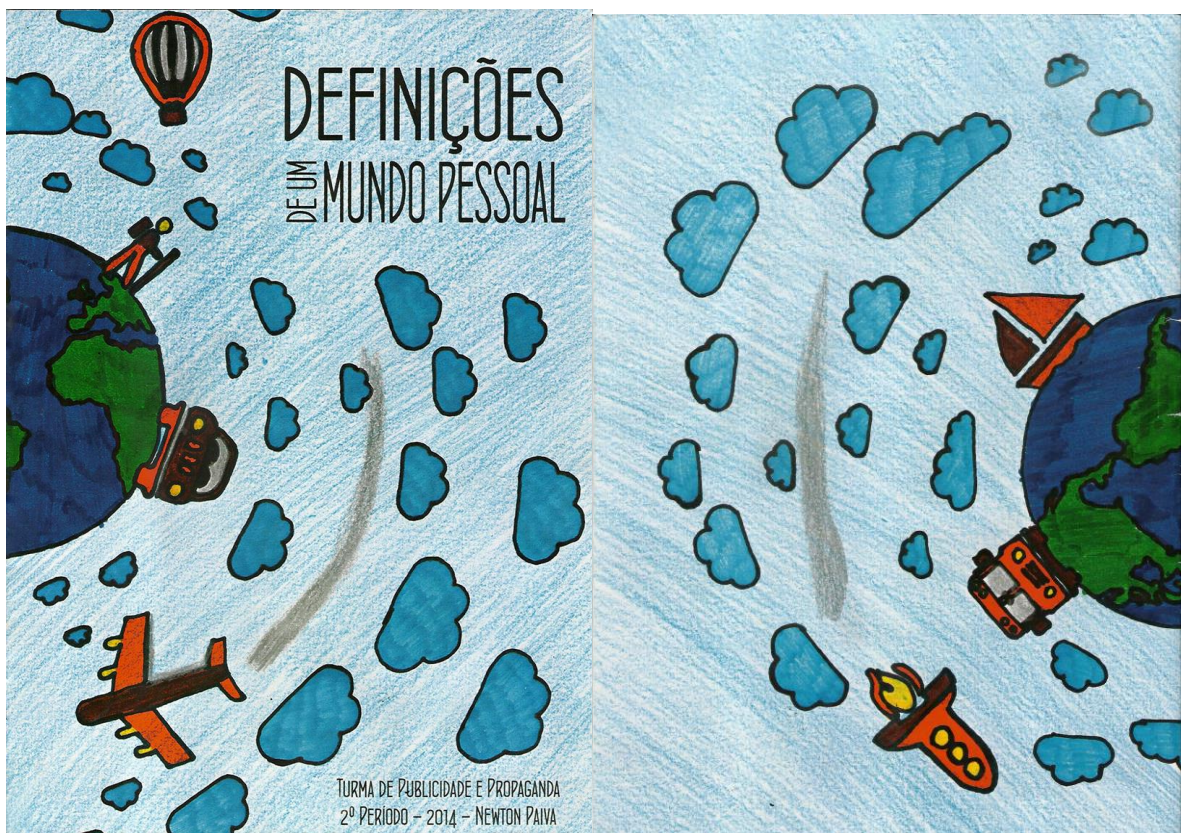


Figura 01 – Capa 1 e Capa 4 com aplicação de verniz localizado nas ilustrações em primeiro plano, no título e autoria.



Figura 02: Capa 02 e 03, usadas fotos dos alunos responsáveis pelo projeto.



Figura 03: Ficha Técnica e Apresentação

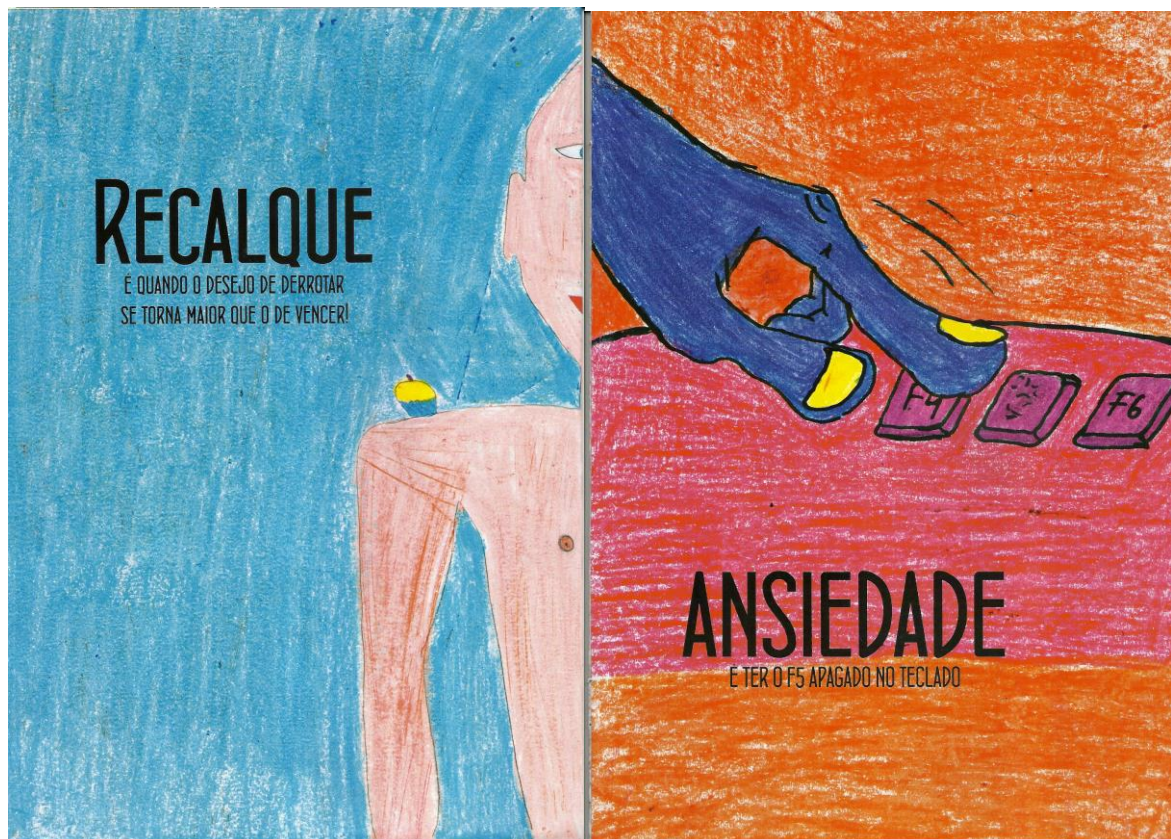


Figura 04: Exemplo de duas das páginas do livro.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

O Livro editado e finalizado pelos alunos da turma de segundo período de Publicidade e Propaganda, o projeto conclui que os trabalho em equipe quando bem executado, absorve todas as diferenças criativas dos alunos e os contextualiza para um projeto que agrada a todos os envolvidos.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BYRNE, Greg. **A marca e os novos negócios**. HSM Management 43. Pag: 40-43. 2004 disponível em : < [maximum.com.sapo.pt/a\\_marca\\_e\\_os\\_novos\\_negocios\\_logotipo.pdf](http://maximum.com.sapo.pt/a_marca_e_os_novos_negocios_logotipo.pdf) > acesso em : 15 de maio de 2015