



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

JÚLIO CÉSAR MATOS PINHEIRO CARVALHO

LIVRO PRÉDIO DA RUA OHANA - COLEÇÃO BERENICE

GOIÂNIA – GOIÁS
2023

JÚLIO CÉSAR MATOS PINHEIRO CARVALHO

LIVRO PRÉDIO DA RUA OHANA - COLEÇÃO BERENICE

Trabalho de conclusão de curso na modalidade de produto comunicacional apresentado ao curso de Publicidade e Propaganda, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como requisito parcial à obtenção do grau de bacharel em Publicidade e Propaganda, sob a orientação da Prof.^a Dra. Márcia Brisolla

GOIÂNIA – GOIÁS
2023

JÚLIO CÉSAR MATOS PINHEIRO CARVALHO

LIVRO PRÉDIO DA RUA OHANA - COLEÇÃO BERENICE

Data da Defesa: 01/12/2023

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Dra. Márcia Brisolla

Avaliador: Dr. Luiz Carlos Fernandes

Avaliadora: Dra. Patrícia Quitero Rosenzweig

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha orientadora Márcia Regina Brisolla por ter me guiado e me apoiado nessa caminhada para a realização desse projeto.

Aos meus amigos que sempre estiveram ao meu lado durante esse processo me dando forças para continuar e não desistir.

Também a todas comunidades minorizadas pela sociedade brasileira por me incentivar a realizar um projeto que irá enriquecer a luta. Especialmente, a comunidade LGBTQIAP+, e principalmente, as pessoas trans e travestis que sempre estiveram na linha de frente para mobilizar ações de mudança neste país, graças as essas mentes progressistas e criativas é que hoje posso realizar este projeto.

RESUMO

Este produto comunicacional apresenta as etapas de concepção do livro literário infantil Prédio da Rua Ohana, primeira obra da coleção Berenice. O propósito deste projeto enfoca a promoção de mudanças sociais por meio de uma literatura inclusiva. Os livros infantis desempenham um papel fundamental no desenvolvimento de valores e no conhecimento sobre a cidadania, proporcionando um ambiente empático, educativo e criativo durante a infância. Ademais, os livros estimulam a imaginação e o respeito pelas diferentes culturas e indivíduos. O livro propõe combater o preconceito e contribuir para a construção de uma consciência coletiva baseada no respeito e na empatia pela diversidade. Em face disso, as etapas trilhadas focalizam o conteúdo teórico, definição de recursos e cronograma, processo criativo, planejamento de comunicação e relato de experiências. O livro destaca a importância de utilizar narrativas lúdicas e diálogo educativo para estabelecer conexão com o público infantil, e corroborar para fomentar a reflexão sobre a moral, a ética e a cidadania.

Palavras-chave: produto comunicacional; livro literário; diversidade.

ABSTRACT

This work presents the stages of conception of the children's literary book Prédio da Rua Ohana, the first work in the Berenice line. The purpose of this project focuses on promoting social change through inclusive literature. Children's books play a fundamental role in developing values and knowledge about citizenship, providing an empathetic, educational and creative environment during childhood. Furthermore, books stimulate imagination and respect for different cultures and individuals. The book proposes to combat prejudice and contribute to the construction of a collective conscience based on respect and empathy for diversity. Given this, the steps taken focus on theoretical content, definition of resources and schedule, creative process, communication planning and reporting of experiences. The book highlights the importance of using playful narratives and educational dialogue to establish a connection with children, and to encourage reflection on morals, ethics and citizenship.

Keywords: communicational product; literary book; diversity.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Valor de venda.....	18
Quadro 2 – Cronograma.....	18
Quadro 3 – Cronograma de campanha.....	30

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Cores predominantes no capítulo 2.....	20
Figura 2 – Cores predominantes no capítulo 3.....	21
Figura 3 – Cores predominantes no capítulo 4.....	22
Figura 4 – Cores predominantes no capítulo 5.....	23
Figura 5 – Cores predominantes no capítulo 6.....	23
Figura 6 – Cores predominantes no capítulo 7.....	24
Figura 7 – Capa.....	25
Figura 8 – Contracapa.....	26

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	09
1 APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA.....	10
1.1 Descrição do produto.....	10
1.2 Problema de comunicação.....	10
1.3 Objetivo de comunicação.....	11
1.4 Justificativa.....	11
2 EMBASAMENTO TEÓRICO.....	12
2.1 Literatura infantil.....	12
2.2 Livro literário como produto cultural, educação e infância.....	13
2.3 Livro literário e o combate à discriminação na infância.....	15
2.4 Livros literários infantis e publicidade.....	16
3 RECURSOS E CRONOGRAMA.....	17
3.1 Recursos financeiros, humanos e materiais.....	17
3.2 Cronograma.....	18
4 CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DO LIVRO.....	19
4.1 Processo de criação.....	19
4.2 <i>Nanming</i> , identidade visual e planejamento gráfico.....	24
5 PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL.....	27
6 RELATO DE EXPERIÊNCIA.....	32
CONCLUSÕES.....	33
REFERÊNCIAS.....	34
APÊNDICE – LIVRO PRÉDIO DA RUA OHANA.....	35

INTRODUÇÃO

O livro Prédio da Rua Ohana, primeira obra de literatura infantil da coleção Berenice, apresenta o propósito de desenvolver a empatia e contribuir para combater o preconceito através da produção de um conteúdo direcionado para a infância tendo em vista que ninguém nasce preconceituoso.

Deste modo, o preconceito se aprende, assim sendo, também se pode aprender a combatê-lo. Conquanto, o preconceito e a discriminação são fomentados desde o momento de descoberta do gênero de um bebê. Assim, este projeto focaliza as etapas de criação e produção de um produto literário infantil.

O primeiro capítulo apresenta um panorama geral do produto comunicacional proposto e engloba os objetivos e justificativa.

O segundo capítulo contempla o embasamento teórico elaborado com o intuito de compreender a temática em pauta e as formas de combater o preconceito e a discriminação desde a infância.

Após a discussão, o terceiro capítulo apresenta a estimativa dos recursos necessários para a produção e criação do livro e o cronograma de elaboração do produto comunicacional.

O quarto capítulo contempla o processo criativo do livro com a organização dos capítulos e planejamento gráfico. O quinto capítulo refere-se ao planejamento de comunicação para lançar o livro.

A etapa final dessa jornada de aprendizado sintetiza-se no relato de experiência que consubstancia a experiência transformadora de escrever um livro literário para o público infantil.

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA

1.1 Descrição do produto

Os livros infantis constituem um dos recursos mais interessantes de desenvolver valores e produzir conhecimento sobre cidadania para crianças. Além disso, podem contribuir para promover um ambiente e um espaço mais empático, educativo, e criativo durante a infância, como também, propiciam estímulos a imaginação e o desenvolvimento de relações de respeito com outros indivíduos e culturas.

O produto proposto neste projeto consiste em uma coleção de livros infantis com a intenção de combater o preconceito e colaborar para construir uma consciência coletiva de respeito e empatia pela diversidade. Concomitantemente, propõe fomentar valores éticos na fase da infância, ou seja, na etapa de formação da vida. Para conseguir se conectar com o público infantil um dos recursos utilizados são as narrativas lúdicas e o diálogo educativo, tudo isso, certamente, corrobora para fomentar a reflexão acerca da moral, a ética e a cidadania, conteúdos fundamentais na criação do livro literário.

1.2 Problema de comunicação

A sociedade contemporânea, na segunda década do século XXI, engendra inúmeros desafios e contradições. Embora, a difusão da informação e a multiplicidade de conteúdos seja de fácil acesso em função da internet e dos dispositivos móveis de comunicação digital, ainda, surgem inúmeras barreiras contrárias a inclusão social e a valorização da diversidade.

Diante disso, é lamentável constatar que apesar da liberdade para expressar opiniões e ideias, movimentos de grupos que incitam a intolerância e o preconceito são cada vez mais frequentes. Neste sentido, uma forma de combater o preconceito e a discriminação consiste em elaborar um projeto literário direcionado para a infância com formato lúdico e mensagem focada na empatia, respeito as diferenças e combate ao preconceito. Portanto, um dos desafios deste projeto consiste em elaborar uma comunicação que apresente a coleção de livros literários e desperte o interesse das crianças, do país e educadores.

1.3 Objetivo do produto

A) Objetivo Geral

Elaborar uma coleção de livros infantis no segmento literário no formato de e-book e impresso utilizando as mídias sociais como um canal de promoção e venda

1.4 Justificativa da proposta

O preconceito tem sua origem na história das sociedades através da reverberação do ódio, estranhamento ou repulsa para com pessoas que são diferentes dos referenciais de normatividade vigentes na época. Outrossim, a discriminação também surge em função da ação de grupos que apoiam ideologias dominante e excludentes. Todavia, ninguém nasce preconceituoso, torna-se.

Sendo assim, é importante salientar que durante o processo de amadurecimento físico e psicológico do ser humano, a etapa da infância é fundamental na formação de caráter. As experiências vividas nessa etapa impactam e se relacionam diretamente com a autoestima e a autoaceitação.

As crianças são um grupo de alta vulnerabilidade e fazem parte de uma minoria, que também sofre preconceitos, dado que, enfrentam situações de invisibilidade social e mal tratos. Conseqüentemente, seus sentimentos e vontades são invalidados por não serem vistos como indivíduos singulares com suas vontades próprias, justamente por estarem nessa fase de formação.

Existe um aumento considerável de livros infantis com temáticas voltadas a formar uma nova geração de cidadãos que seja livre de preconceitos e que saibam respeitar a diversidade e a pluralidade existente na sociedade, e reconhecê-la acima de tudo como válida. Por outro lado, a maior parte da população brasileira é ainda muito conservadora, e apesar dos esforços da indústria literária para colocar tais temáticas em espaços infantis, lamentavelmente, grupos radicais atuantes no país tentam paralisar a difusão de ideias progressistas.

Então, percebe-se a necessidade de ampliar o conteúdo sobre diversidade, inclusão social, respeito e empatia nos livros infantis.

2. EMBASAMENTO TEÓRICO

2.1 Literatura infantil

A literatura está presente em diversas civilizações, nas suas mais diversas formas e fontes, independente do período histórico a qual se encontra. Um dos primeiros registros de literatura infantil refere-se aos Contos da Mamãe Gansa, autoria de Charles Perrault, publicado em 1697, na Europa. Antes disso, até meados do século XVII tinha-se a percepção de crianças como adultos pequenos e não existia um conceito estruturado da infância como uma fase do desenvolvimento humano, por isso, não se produzia conteúdo literário diretamente para crianças (SOUZA, 2014).

A concepção de literatura infantil surge a partir do momento em que se desenvolve um novo olhar para com a infância na sociedade. “A criança passa a deter um novo papel social, motivando o aparecimento de objetos industrializados (o brinquedo) e culturais (o livro)” (LAJOLO; ZILBERMAN, 2007, p.16).

Importante esclarecer que até o século XVIII, a escolaridade era facultativa e elitizada, paralelamente, a literatura infantil estava restrita a aristocracia. Somente com a primeira revolução industrial na Inglaterra, novos produtos culturais como o livro literário tornaram-se mais acessíveis.

A literatura infantil é uma forma de arte que tem como objetivo transmitir valores e conhecimentos para as crianças. No Brasil, a história da literatura infantil começa no final do século XIX e está diretamente relacionada à educação e à formação da identidade nacional.

Segundo a pesquisadora Marisa Lajolo (2000) a literatura infantil no Brasil surgiu como uma iniciativa de educadores que buscavam formas de difundir valores morais e cívicos entre as crianças. Nesse contexto, as primeiras obras eram didáticas e moralizantes, com destaque para as fábulas e as histórias de cunho religioso.

Com o passar do tempo, a literatura infantil no Brasil foi se diversificando e se tornando cada vez mais sofisticada. Autores como Monteiro Lobato e Cecília Meireles, por exemplo, contribuíram de forma significativa para a formação desse gênero literário no país. Monteiro Lobato, em suas obras, trouxe para a literatura infantil brasileira uma abordagem mais crítica e questionadora. Em seu livro "Reinações de Narizinho", por exemplo, o autor apresenta uma série de críticas à sociedade brasileira da época, em especial à elite rural paulista, no entanto, existem vários termos racistas

em obras de Monteiro Lobato, que em sua mais recente adaptação feita por Pedro Bandeira foram retiradas e substituídas preservando a integridade e importância dessas histórias.

Outra escritora de destaque é Cecília Meireles, em sua obra "Ou isto ou aquilo" trouxe uma abordagem mais poética e lúdica para a literatura infantil, explorando a imaginação e a criatividade das crianças.

Atualmente, a literatura infantil no Brasil é um gênero literário consolidado e conta com diversos autores e obras de qualidade. Segundo dados da Câmara Brasileira do Livro¹, em 2020, foram lançados no país, mais de 6 mil títulos de literatura infantil e juvenil.

Ainda assim, a literatura infantil no Brasil enfrenta desafios, como a falta de acesso a livros por parte de crianças de baixa renda e a falta de incentivo ao hábito da leitura desde a infância. Segundo a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil², realizada em 2019, apenas 52% dos brasileiros declararam ter lido um livro nos últimos três meses, o que demonstra a necessidade de se investir em políticas públicas de incentivo à leitura

Em suma, a história da literatura infantil no Brasil é uma história de evolução e diversificação, que reflete não apenas a transformação da literatura em si, mas também a evolução da sociedade brasileira. Ainda há muito a ser feito para garantir o acesso de todas as crianças brasileiras a obras de qualidade, mas os avanços já alcançados mostram que é possível construir um futuro mais literário e mais justo para todos.

2.2 Livro literário como produto cultural, educação e infância

O livro literário é um produto cultural que tem sido utilizado ao longo dos anos como uma ferramenta educativa e de entretenimento para crianças. No entanto, adotar um olhar contemporâneo sobre a relação entre livro literário, educação e infância significa compreender como esses elementos estão interligados em uma sociedade em constante transformação.

¹ Informação disponível em: <https://www.cbiservicos.org.br/relatorio-de-gestao/relatorio-de-gestao-2020.pdf>

² Informação disponível em: <https://www.cenpec.org.br/tematicas/retratos-da-leitura-no-brasil-por-que-estamos-perdendo-leitores>

Segundo a pesquisadora Marisa Lajolo (2000), o livro literário é uma importante ferramenta para a formação de leitores críticos e reflexivos, capazes de compreender e interpretar diferentes realidades. Nesse sentido, a literatura infantil pode ser uma forma de apresentar ao jovem leitor questões sociais e políticas que permeiam a sociedade.

Ainda segundo Lajolo (2000), é importante considerar a diversidade cultural na seleção de livros para crianças. Em um mundo cada vez mais globalizado, o livro literário pode ser uma forma de introduzir as crianças a diferentes culturas e formas de vida, promovendo a empatia e o respeito às diferenças.

Além disso, o livro literário também pode ser utilizado como uma ferramenta para a promoção da educação sexual e de gênero e criar empatia com quaisquer grupos sociais marginalizados.

Segundo a pesquisadora Regina Zilberman (2003), é importante que as crianças tenham acesso a livros que apresentem diferentes formas de família e relacionamento, a fim de que possam compreender e respeitar as diversidades sociais.

Porém, outro aspecto a considerar consiste na relação entre o livro literário, a educação e a infância, um diálogo que não se limita apenas ao contexto escolar. Conforme esclarece Menezes (2019), o livro literário pode ser uma forma de promover a conexão entre pais e filhos, bem como de estimular a criatividade e a imaginação das crianças.

No entanto, é importante considerar que vivemos em uma era digital, na qual as crianças têm acesso a uma infinidade de conteúdos na internet. Nesse contexto, é importante que o livro literário seja apresentado às crianças como uma forma de entretenimento e aprendizado complementar às novas mídias.

É importante entender que a relação entre esses elementos representa que eles estão interligados em uma sociedade em constante transformação. O livro literário pode ser uma importante ferramenta para a formação de leitores críticos e reflexivos, bem como para a promoção da diversidade cultural, sexual e de gênero. Além disso, o livro literário pode ser utilizado como uma forma de promover a conexão entre pais e filhos e estimular a imaginação das crianças.

2.3 Livro literário e o combate à discriminação na infância

O livro literário é uma ferramenta importante para a formação do imaginário, O conceito de imaginário tem sido discutido por diversos autores ao longo da história que o compreendem como uma dimensão simbólica da realidade, constituída por imagens, símbolos e significados que influenciam as percepções, atitudes e comportamentos humanos.

A noção de imaginário tem sido amplamente utilizada em diversas áreas do conhecimento, incluindo a literatura, a psicologia, a sociologia e a antropologia. Neste sentido, este conceito também está atrelado a transmissão de valores e ideologia acoplados a dimensão simbólica dos produtos culturais. Um exemplo disso refere-se a literatura infantil que pode ser utilizada como forma de combater a discriminação e a intolerância na infância, ao apresentar ao jovem leitor diferentes perspectivas e culturas.

De acordo com Regina Zilberman (2003), a literatura infantil pode ser utilizada como uma forma de apresentar às crianças diferentes realidades e perspectivas, estimulando o respeito às diferenças e o combate à discriminação. Além disso, a literatura infantil pode ser uma forma de apresentar às crianças diferentes culturas e modos de vida, contribuindo para a formação de uma sociedade mais tolerante e inclusiva.

No entanto, é importante destacar que nem todos os livros infantis são isentos de conteúdos preconceituosos e estereótipos. Segundo Eliane Yunes (1986), é importante que os professores e pais estejam atentos à seleção de livros para crianças, evitando obras que reforcem qualquer tipo de discriminação.

Nesse sentido, a literatura infantil pode ser uma forma de combater a intolerância na infância, desde que seja utilizada de forma consciente e crítica. Segundo Marisa Lajolo (2000), os livros infantis devem ser selecionados de forma a apresentar diferentes perspectivas e culturas, contribuindo para a formação de leitores críticos e reflexivos.

Além disso, a literatura infantil pode ser utilizada como uma forma de apresentar aos jovens leitores diferentes formas de resolução de conflitos e de convivência pacífica. A literatura infantil pode ser uma forma de transmitir valores como a amizade, a solidariedade e o respeito às diferenças.

2.4 Livros literários infantis e publicidade

Os livros literários infantis são uma importante ferramenta para a educação e a formação do imaginário das crianças. No entanto, é preciso estar atento ao impacto da publicidade nesses livros, já que muitos deles apresentam personagens ou produtos comerciais ou comunicacionais que podem influenciar o comportamento das crianças.

A publicidade em livros infantis é um fenômeno relativamente recente, mas, vem ganhando cada vez mais espaço nas prateleiras das livrarias. Segundo, Adriana Barreto (2016), a presença de personagens e produtos comerciais nos livros infantis pode influenciar a percepção das crianças fazendo com que associem valores como felicidade, aventura e sucesso.

No entanto, a presença da publicidade em livros infantis pode acarretar consequências negativas para o desenvolvimento infantil. A presença de personagens associados aos produtos comerciais pode reforçar estereótipos de gênero e de classe social, além de estimular o consumismo excessivo. Ademais, é importante que os editores e os pais estejam atentos à presença de publicidade em livros infantis, evitando obras que reforçam estereótipos e valores prejudiciais as crianças.

Os conteúdos literários devem ser selecionados de forma crítica e consciente, levando em consideração não apenas a qualidade literária, mas também os valores e as mensagens que são transmitidas aos jovens leitores.

Além disso, é importante que a publicidade em livros infantis seja regulamentada de forma adequada, evitando excessos e abusos por parte dos anunciantes. Segundo Lopes (2014), faz-se necessários que as políticas públicas e as regulamentações legais sejam mais rigorosas em relação à publicidade em livros infantis, garantindo que as crianças tenham acesso a obras de qualidade, sem a influência excessiva de interesses comerciais.

Os livros literários infantis podem ser uma importante ferramenta para a formação do imaginário e da educação das crianças. No entanto, é preciso estar atento à presença de publicidade nesses livros, evitando obras que reforçam estereótipos e valores prejudiciais para as crianças. Além disso, é importante que a publicidade em livros infantis seja regulamentada de forma adequada, garantindo que as crianças tenham acesso a obras de qualidade, sem a influência excessiva de interesses comerciais.

3. RECURSOS E CRONOGRAMAS

3.1 Recursos financeiros, humanos e materiais

Para tornar este projeto exequível é preciso identificar quais os recursos financeiros, recursos humanos e recursos materiais são necessários para produzir o produto. Com relação aos recursos financeiros são considerados os seguintes investimentos: matéria prima, fornecedores, impressão e diagramação.

- **Matéria Prima:** para a capa foi idealizado um papel que seja de uma alta gramatura e brilhante, então, os papéis ideais para impressão de capas de livros são aqueles que têm gramatura acima a 240 g/m². O ideal é o papel supremo ou cartão triplex que tem uma textura lisa e é altamente resistente por conta das suas gramaturas, que podem variar entre 250 e 350 g/m². Ele é perfeito para impressões em alta qualidade sendo um dos mais utilizado para livros.

Para as páginas do livro o papel mais indicado é o couchê que oferece uma ampla variedade de gramaturas e apresenta acabamento fosco quanto brilhoso. Em suma, esta opção é ideal tanto para a capa quanto para o miolo do livro em uma gramatura mais 90 g/m² além do seu custo benefício e de ser muito utilizado no mercado de livros infantis finalizando com encadernação canoa.

- **Fornecedores:**

- **Gráfica**

- **Venda:** Realizada por um site de vendas tanto do livro físico e ebook, e por contato com escolas que tenham interesse em adotar os livros em sua lista de matérias escolares.

- **Divulgação:** Através de tráfego pago em mídias sociais.

- **Impressão e diagramação:** seleção de gráfica com melhor custo/benefício e que domine o processo de produção de livros disponibilizando o serviço de diagramação para auxiliar a viabilização do projeto impresso.

Na sequência são apresentados os custos para produção e comercialização dos livros em formato e-book e impresso.

Quadro 1 – Valor de venda

VALORES	EBOOK	IMPRESSO
Valor de venda	R\$ 1,00	R\$ 10,00

Fonte: elaborado pelo autor (2023)

Dos recursos humanos se origina o processo criativo de construção das histórias, design, ilustrações e da criação da linha Berenice com autoria e ilustração de Júlio César Matos Pinheiro Carvalho, autor deste trabalho de conclusão de curso.

Os recursos materiais utilizados referem-se ao papel de gramatura alta ideal para ilustrações em aquarela, computadores com programas de ilustração e mesa digitalizadora para a finalização e digitalização do projeto para envio á produção

3.2 Cronograma

Quadro 2 - Cronograma

ATIVIDADES	JUL	AGO	SET	OUT	NOV
CRIAÇÃO DO CONTEÚDO	X				
ILUSTRAÇÃO	X	X			
DIAGRAMAÇÃO			X		
IMPRESSÃO				X	
LANÇAMENTO DA LINHA					X

Fonte: elaborado pelo autor (2023)

4 CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DO LIVRO

4.1 Processo de criação

No livro *Prédio da Rua Ohana*, os leitores são convidados a explorar as muitas histórias que se desdobram em um edifício residencial brasileiro vibrante e acolhedor. Neste livro infantil, as páginas ganham vida com uma rica variedade de famílias - desde aquelas com dois pais amorosos, até as que têm duas mães carinhosas, mães solteiras corajosas, avós afetuosos e netos cheios de energia, personagens individuais com corpos diferentes e experiências diversas.

A narrativa revela em cada página um novo lar, uma nova história e uma nova lição sobre a importância da aceitação e da valorização da diversidade no núcleo familiar.

À medida que as crianças mergulham nas páginas de '*Prédio da Rua Ohana*', elas aprenderão que não existe um único modelo de família, mas sim muitas maneiras de amar e compartilhar a vida com aqueles que nos são queridos. A narrativa envolvente não apenas promove a inclusão, mas também, celebra a riqueza cultural e afetiva que as diferentes famílias brasileiras trazem para nosso mundo.

Prédio da Rua Ohana é uma história inspiradora e faz lembrar que independentemente da nossa configuração familiar, somos todos parte do grande mosaico da vida, onde a diversidade é motivo de celebração. A obra encoraja a empatia, o respeito e a compreensão desde cedo e prepara as crianças para um futuro mais inclusivo e harmonioso.

A concepção da obra foi meticulosamente planejada com o objetivo de proporcionar aos leitores uma experiência imersiva que os fizesse sentir como se estivessem adentrando um típico edifício brasileiro.

Ao abrir as páginas deste livro, os leitores são imediatamente transportados para o ambiente de um elevador que os conduzirá às histórias de cinco diferentes famílias brasileiras.

Em um total de 6 páginas, o livro é ricamente ilustrado com imagens lúdicas que cativam os sentidos e convidam à exploração. Cada página apresenta dinâmicas familiares autenticamente brasileiras, capturando os aspectos mais genuínos da vida familiar em nosso país.

Na sequência, segue descrição do processo criativo de cada capítulo do livro.

Capítulo 1 - Seja Bem-vindo / Páginas 1

Cenário: Entrada/Saguão do Edifício

Personagens: Porteiro Miro

Ilustrações: porteiro miro, guarita e saguão com elevador

Texto e conteúdo narrativo

Olá seja bem-vindo ao Prédio Ohana

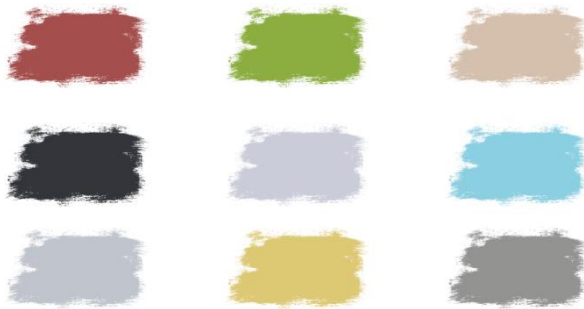
Meu nome é Miro o Porteiro dessa residência bacana

E eu vou te apresentar as famílias que moram aqui

Está pronto para conhecer? Vamos subir!

Elementos visuais e conteúdo

A primeira página apresenta uma visão do saguão do prédio com o Porteiro Miro na porta e a segunda página exibe o porteiro miro dentro do elevador



Fonte: elaborado pelo autor (2023)

Capítulo 2 - Família Carvalho / Página 2

Cenário: Sala do Apartamento da família carvalho

Personagens: Mamãe Indira, Papai Ênio, seus dois filhos.

Ilustrações: Sala, Mamãe Indira chegando do trabalho com seu uniforme de enfermeira, Papai Ênio penteando seu cabelo grisalho, seus dois filhos brincando com chocalhos, a família completa no sofá debaixo de uma colcha de retalhos

Texto e conteúdo narrativo

Essa é a família Carvalho

O papai Ênio brinca com o seu trabalho

A mamãe indira ama o seu trabalho

E seus dois filhinhos amam brincar com chocalhos

Elementos visuais e conteúdo:

A página 3 apresenta a dinâmica familiar

Cores predominantes

Figura 1 – Cores predominantes no capítulo 2



Fonte: elaborado pelo autor (2023)

Capítulo 3 - Família Pereira / Páginas 3

Cenário: Sala do Apartamento da família Pereira.

Personagens: Mamãe Irene, Gigi e Lili.

Ilustrações: Mamãe Irene amassando uma massa de pão na mesa, Gigi riscando a parede e Lili no telefone.

Texto e conteúdo narrativo:

Essa é a família Pereira

A mamãe Irene é uma excelente merendeira

Sua filha mais nova Gigi é muito arteira

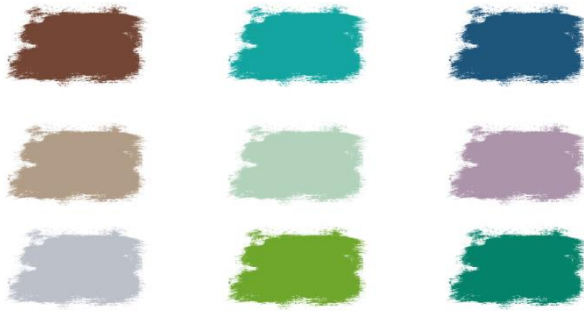
E sua filha mais velha Lili é uma tremenda fofoqueira

Elementos visuais e conteúdo:

A página 5 destaca a dinâmica familiar da família Pereira.

Cores predominantes

Figura 2 – Cores predominantes no capítulo 3



Fonte: elaborado pelo autor (2023)

Capítulo 4 – Família Marinho / Páginas 4

Cenário: Sala, e quarto dos bebês

Personagens: Papai Mário, Papai Jorge e seus bebês.

Ilustrações: Papai Mário na poltrona com seu livro e papai Jorge ao lado da gaiola de passarinhos, quarto com os bebês e os pais.

Texto e conteúdo narrativo:

Essa é a família marinho

O papai Mário está sempre lendo um livrinho

O Pai Jorge tem em casa dois canarinhos

E em seu lar tem dois lindos bebezinhos

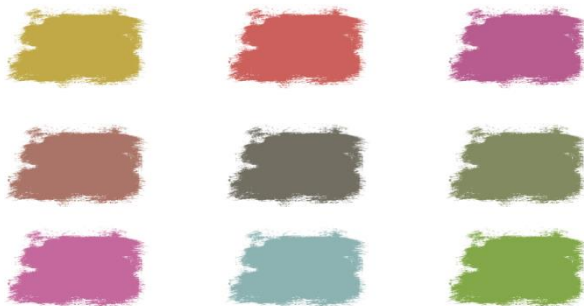
Que desde o dia que chegaram recebem muito amor e carinho

Elementos visuais e conteúdo:

A página 7 apresenta os papais realizando seus hobbies e seus bebês.

Cores predominantes:

Figura 3 – Cores predominantes no capítulo 4



Fonte: elaborado pelo autor (2023)

Capítulo 5 – Família Barbosa / Páginas 5

Cenário: Sala da família Barbosa

Personagens: Mamãe Maria, mamãe Gleice, Gabriel.

Ilustrações: Mamãe Gleice se maquiando, mamãe Maria e Gabrielzinho na sala.

Texto e conteúdo narrativo:

Mamãe Maria é uma senhora muito vaidosa

Mamãe Gleice é uma mulher muito habilidosa

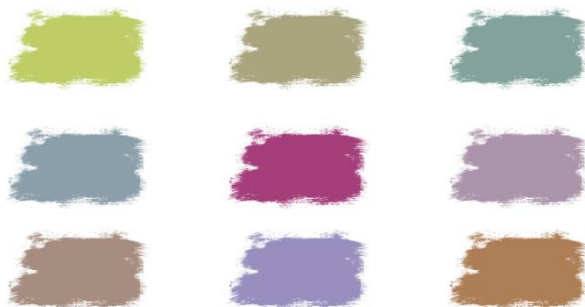
E o Gabrielzinho é muito bom de bola

Elementos visuais e conteúdo:

A página 9 apresenta a mamãe Maria se olhando no seu espelho de mão da sala passando um pó compacto em seu rosto com um pincel e a mamãe Gleice com suas ferramentas após concertar algo, enquanto Gabriel acaba de voltar do futebol com sua bola.

Cores predominantes

Figura 4 – Cores predominantes no capítulo 5



Fonte: elaborado pelo autor (2023)

Capítulo 6 – Família Garcia / Páginas 6

Cenário: Sala

Personagens: Luciana, Matheus.

Ilustrações: Luciana cantando e Matheus com seu violão.

Texto e conteúdo narrativo:

Essa é a família Garcia

Luciana adora cantar todos os dias

Enquanto seu marido Mateus faz lindas melodias

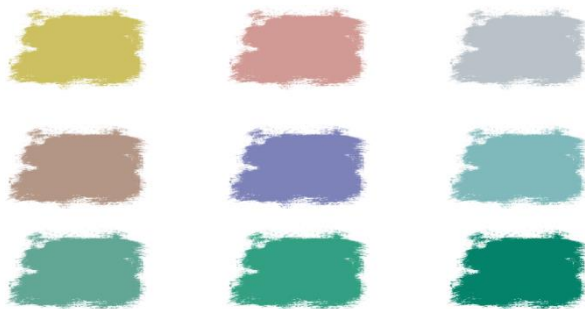
Os dois fazem música com muita maestria

Elementos visuais e conteúdo:

A página 7 mostra Luciana e Matheus juntos na sala fazendo música.

Cores predominantes

Figura 5 – Cores predominantes no capítulo 6



Fonte: elaborado pelo autor (2023)

4.2 Naming, identidade visual e planejamento gráfico

O livro "O prédio da Rua Ohana" é a peça inaugural de uma coleção de livros infantis intitulada "Berenice". Esta obra inovadora não se limita a contar histórias, mas sim a celebrar e explorar os ambientes familiares brasileiros por meio de poesia.

A coleção "Berenice" tem como missão principal conectar-se profundamente com o universo infantil, promovendo valores essenciais como empatia e a construção de uma mentalidade livre de preconceitos desde a mais tenra idade.

O livro não apenas encanta crianças com narrativas cativantes, mas também busca promover a compreensão das nuances culturais brasileiras e incentivar a valorização de nossa rica diversidade. Com "O prédio da Rua Ohana", a coleção "Berenice" lança raízes sólidas no terreno fértil da literatura infantil brasileira, oferecendo um novo horizonte para a educação e o entretenimento infantil.

No processo de planejamento gráfico escolher uma fonte requer a busca na internet em domínio público para selecionar uma tipografia que possa facilitar a leitura das crianças em fase de alfabetização e conectar ao universo lúdico. Com base nesta diretriz, foi escolhida a fonte PACIFIC NORTHWEST LETTERS para ser usada em todo o livro desde a capa até os conteúdos narrativos.

O recurso utilizado para delimitar a fala dos personagens foi o uso de espaçamentos no cenário da ilustração em caixas retangulares com bordas arredondadas, pois, essas linhas trazem a ideia de fluidez na fala.

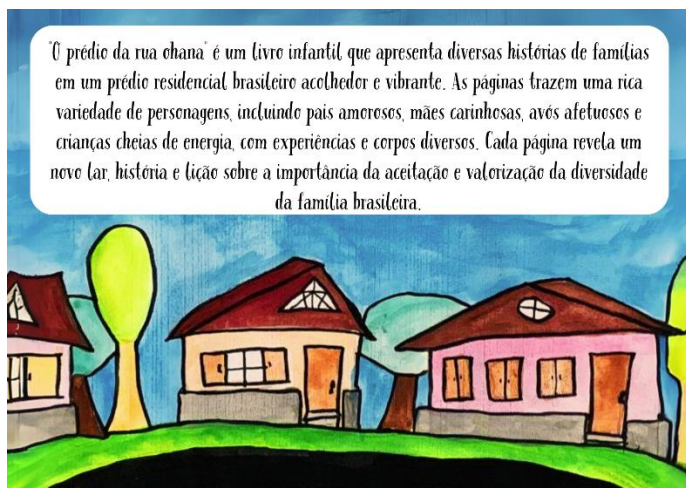
As ilustrações foram todas produzidas com o uso de aquarela e isso remete a liberdade e a espontaneidade. Também foi usado a tinta nanquim para trazer o aspecto imagético de um objeto para que o mesmo possa ser compreendido pelo leitor.

Figura 7 – Capa



Fonte: elaborado pelo autor (2023)

Figura 8 – Contracapa



Fonte: elaborado pelo autor (2023)

5 PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

A estratégia de comunicação digital aplica-se neste planejamento a fim de criar uma narrativa envolvente, mobilizar o público-alvo e gerar um buzz positivo em torno do lançamento da linha Berenice e do primeiro livro O prédio da rua Ohana.

Outrossim, além de vender, as ações propostas focalizam a construção de uma comunidade digital engajada e entusiástica em torno das mensagens de inclusão e diversidade promovidas pelo livro. Na sequência são apresentadas as etapas do processo de planejamento.

A. Objetivo de comunicação

O objetivo primário é lançar e divulgar o livro " O Prédio da Rua Ohana " no ambiente digital, criando uma presença marcante e engajadora que inspire o público a explorar as histórias vibrantes e inclusivas apresentadas no livro. Outro escopo consiste em conscientizar e criar conexão emocional com o público através do Instagram da linha Berenice para divulgar o lançamento do livro.

B. Público-alvo

Definir o público-alvo com mais precisão é essencial para adaptar a estratégia de marketing sendo assim após análise foi definido o perfil do público de acordo com as características apresentadas na sequência.

1. Pais e Responsáveis Engajados (25-45 anos)

- Buscam livros que ensinem valores como diversidade e empatia.
- Interessados em criar um ambiente educacional inclusivo para seus filhos.
- Ativos em redes sociais, compartilham experiências familiares e buscam recomendações de leitura.

Objetivo:

- Proporcionar uma experiência de leitura enriquecedora para seus filhos.
- Integrar mensagens de diversidade e inclusão na educação de suas famílias.

Desafio:

- Encontrar livros que combinem entretenimento e valores educativos.
- Integrar de maneira natural a diversidade nas conversas familiares.

2. Educadores e Bibliotecários (30-55 anos):

- Buscam recursos que promovam a diversidade em sala de aula ou bibliotecas.
- Envolvidos em comunidades educacionais online.

- Busca incluir diferentes perspectivas nas experiências de aprendizado.

Objetivo:

- Introduzir narrativas diversificadas que reflitam a realidade brasileira.
- Encontrar recursos para incentivar a discussão sobre diversidade nas aulas.

Desafio:

- Descobrir histórias autênticas que conectem alunos de maneira significativa.
- Abordar questões sensíveis sobre diversidade com sensibilidade e respeito.

C. Personas

1. *Maria, Mãe Engajada - 33 anos*

Profissão: Professora de ensino fundamental.

Localização: São Paulo, Brasil.

- Interesses:

Procura livros que complementem a educação dos filhos.

Participa ativamente em grupos online sobre educação e literatura infantil.

Valoriza histórias que ensinem valores como diversidade e inclusão.

- Comportamentos:

Compartilha recomendações de leitura nas redes sociais.

Participa de clubes de leitura virtuais para discutir narrativas diversificadas.

Procura materiais educativos que promovam respeito entre crianças.

2. *Pedro, Bibliotecário Inovador - 40 anos*

Profissão: Bibliotecário em uma escola.

Localização: Recife, Brasil.

- Interesses:

Busca constantemente novas adições à coleção da biblioteca que reflitam a diversidade cultural.

Ativo em fóruns educacionais online para compartilhar experiências e ideias.

Deseja envolver os alunos em leituras que inspirem empatia e compreensão.

- Comportamentos:

Organiza eventos na biblioteca para promover a leitura inclusiva.

Procura por recursos digitais que auxiliem na integração de livros diversificados nas atividades escolares. Colabora com outros bibliotecários para criar uma rede de compartilhamento de boas práticas.

D. Posicionamento

O livro posiciona-se como uma janela para a diversidade das experiências familiares brasileiras. O slogan "descubra o Brasil em cada página: onde a diversidade familiar ganha vida", reflete a diversidade, a empatia e a celebração.

E. Estratégias de divulgação

A estratégia de comunicação digital é a base deste planejamento de comunicação a fim de criar uma narrativa envolvente e engajar o público-alvo nas ações de lançamento do primeiro livro da coleção.

- ◆ Comunicação digital: campanha nas redes sociais
- ◆ Plataformas: Instagram e TikTok para criar uma presença digital marcante.
- ◆ Conteúdo: Publicar trechos inspiradores, curiosidades sobre literatura infantil, entrevistas com o autor e ilustrador, incentivando compartilhamentos.
- ◆ Parcerias Estratégicas: blogs e Influenciadores para colaborar com blogueiros literários e influenciadores digitais que compartilham valores de diversidade e inclusão ou influenciadores que falam sobre maternidade/paternidade.
- ◆ Parcerias Educacionais: aliar-se a educadores e escolas, oferecendo recursos pedagógicos relacionados ao livro.
- ◆ Lançamento Virtual Especial com evento online: Organizar um evento virtual de lançamento, com a participação do autor, leituras ao vivo e sessões de perguntas e respostas.
- ◆ Brindes Digitais: Oferecer wallpapers, avatares e outros brindes digitais relacionados ao livro.
- ◆ Conteúdo Multimídia com vídeos animados: criar vídeos curtos com um storytelling de como surgiu esse projeto e contando sobre o primeiro livro.
- ◆ Desafio de Ilustração: encorajar crianças a compartilharem suas próprias interpretações visuais das histórias do livro, com prêmios envolventes.
- ◆ Desafio de Leitura: incentivar escolas e grupos de leitura a participarem de um desafio de leitura, com reconhecimento público para os participantes.

F. Cronograma

Quadro 3 - Cronograma de atividades

ATIVIDADES 2024	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO
Apresentação da linha	criação das mídias sociais	Posts de apresentação da linha, do livro e do lançamento			
Lançamento			Lançamento 13/03		
Divulgação do livro			Posts apresentando o livro		

Fonte: Elaborado pelo autor - 2023

G. Análise de métricas

1. **Engajamento nas Redes Sociais:**

- **Métricas:**

- Número de curtidas, comentários e compartilhamentos.
- Taxa de engajamento (engajamento total/fãs ou seguidores).

- **Análise:**

- Aumento no engajamento indica uma resposta positiva à mensagem.
- Comentários podem fornecer insights valiosos sobre a percepção do público.

2. **Alcance e Impressões:**

- **Métricas:**

- Alcance total (quantas pessoas visualizaram o conteúdo).
- Número de impressões (número total de vezes que o conteúdo foi exibido).

- **Análise:**

- Aumento no alcance e impressões indicam uma amplificação efetiva da mensagem.

3. **Taxa de Conversão:**

- **Métricas:**

- Número de cliques em links direcionando para o site da linha Berenice ou para a página de compra do livro.
- Taxa de conversão (número de conversões/número de visitantes).

- **Análise:**

- Indica o quão efetivamente o público está respondendo ao chamado para ação.

4. **Participação em Desafios e Hashtags:**

<ul style="list-style-type: none"> • Métricas: <ul style="list-style-type: none"> • Número de participantes em desafios ou uso da hashtag específica. • Alcance e impressões relacionadas à hashtag. • Análise: <ul style="list-style-type: none"> • Mede o envolvimento do público e a viralidade das ações.
5. Tempo de Visualização de Vídeos:
<ul style="list-style-type: none"> • Métricas: <ul style="list-style-type: none"> • Tempo médio de visualização dos vídeos postados. • Análise: <ul style="list-style-type: none"> • Indica a eficácia em manter a atenção do espectador, além de fornecer insights sobre a qualidade do conteúdo.
6. Feedback Qualitativo:
<ul style="list-style-type: none"> • Métricas: <ul style="list-style-type: none"> • Comentários e mensagens diretas com feedback do público. • Avaliações e resenhas do livro em plataformas de vendas online. • Análise: <ul style="list-style-type: none"> • Fornece uma perspectiva mais qualitativa sobre a percepção do público em relação ao projeto e ao livro.
7. Audiência Demográfica:
<ul style="list-style-type: none"> • Métricas: <ul style="list-style-type: none"> • Dados demográficos fornecidos pelas plataformas digitais. • Análise: <ul style="list-style-type: none"> • Ajuda a compreender melhor quem está interagindo com o conteúdo, permitindo ajustes na segmentação.

Ao monitorar estas métricas de forma contínua, será possível avaliar o sucesso das ações propostas, identificar áreas de melhoria e refinar a estratégia conforme necessário para alcançar os objetivos de lançamento e divulgação do livro "Prédio da Rua Ohana" pela linha Berenice.

6 RELATO DE EXPERIÊNCIA

O desenvolvimento deste projeto de conclusão de curso resultou na criação do livro "O prédio da rua Ohana", da linha Berenice. Durante todo o decorrer do processo foram vivenciadas experiências valiosas e desafiadoras, e certamente, contribuíram significativamente para agregar novos valores na trajetória de formação profissional e acadêmica.

O projeto teve início em janeiro, marcado por um profundo processo de imersão na compreensão dos elementos essenciais que compõem a identidade da linha Berenice e a narrativa única do livro. A pesquisa exaustiva envolveu análises de mercado, estudos de público-alvo e um estudo sobre a história da literatura infantil.

A elaboração do planejamento estratégico digital demandou uma síntese complexa de teoria e prática, convergindo elementos conceituais da publicidade com as nuances específicas do mercado literário. A interdisciplinaridade foi um ponto chave e contribuiu para aplicar conceitos de comunicação, psicologia do consumidor e marketing digital.

A concepção das personas possibilitou aplicar a teoria da comunicação persuasiva para criar personagens fictícios que refletissem, de maneira autêntica, os potenciais consumidores da linha Berenice e do livro. Essa etapa proporcionou uma compreensão mais profunda das nuances comportamentais e motivacionais do público-alvo.

O desenvolvimento do projeto não apenas solidificou conhecimentos adquiridos ao longo da graduação, como também, ampliou a capacidade de adaptação e resolução de desafios práticos. A aplicação dos conceitos teóricos em um cenário real, especialmente considerando a complexidade da indústria literária, proporcionou uma aprendizagem rica e multifacetada.

Desta forma, a experiência de desenvolver o projeto de TCC para a linha Berenice e o livro "Prédio da Rua Ohana" serviu como um mergulho profundo na prática da publicidade integrada com aspectos mercadológicos específicos. O conhecimento adquirido e as habilidades desenvolvidas ao longo desse processo contribuíram significativamente para consolidar a formação no curso de Publicidade e Propaganda.

CONCLUSÕES

A ideia deste produto comunicacional desde sua concepção segue como diretriz criativa o argumento principal de colaborar para combater o preconceito e a discriminação na sociedade a partir de um conteúdo literário direcionado ao público infantil objetivando fomentar conscientização, formas de respeitar e criar empatia para com as diferenças.

Neste processo, foram percorridas várias etapas desde a concepção até a estimativa dos recursos necessários para tornar o projeto exequível e o cronograma com atividades e prazo.

Importante destacar o caminho transformador vivenciado no decorrer do desenvolvimento de todas as etapas deste projeto, desde a criação das histórias contadas, das ilustrações, a diagramação, a impressão e por fim, o planejamento para o lançamento do livro Prédio da Rua Ohana.

Este projeto foi gerado em função da possibilidade de contribuir para que cada criança possa achar a sua luz própria para refletir e fazer brilhar o seu caminho, assim sendo, o nome Linha Berenice foi escolhido tendo como referência a constelação Coma Berenice localizada no hemisfério celestial norte.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Adriana Barretta. **Subjetividade e letramento no curso de Pedagogia da UFPR: narrativas sobre ser e ler na universidade e na vida**. 2016. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/45295/R%20-%20D%20%20ADRIANA%20BARRETTA%20ALMEIDA.pdf?sequence=1&isAllowed>
- CBL. **Relatório de gestão 2020**. Câmara brasileira do livro (CBL). 2020. Disponível em: <https://www.cbldados.org.br/relatorio-de-gestao/relatorio-de-gestao-2020.pdf>
- CENPEC. **Retratos da leitura no Brasil: porque estamos perdendo leitores**. 2020. Disponível em: <https://www.cenpec.org.br/tematicas/retratos-da-leitura-no-brasil-porque-estamos-perdendo-leitores>
- LAJOLO, M. **Do mundo da leitura para a leitura do mundo**. 5.ed. São Paulo: Ática, 2000.
- LAJOLO, M.; ZILBERMAN, R. **Literatura infantil brasileira: histórias e histórias**. 6. ed. São Paulo: Ática, 2007.
- LOPES, Maria Immacolata V. **Pesquisa em Comunicação: formulação de um modelo metodológico**. 12ed. São Paulo: ed., Loyola, 2014.
- MENEZES, Liliane Rodrigues de Almeida. **A criança da era das mídias digitais e sua relação com a leitura literária**. 2019. 74f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2019. Disponível em: <https://repositorio.uft.edu.br/bitstream/11612/1923/1/Liliane%20Rodrigues%20de%20Almeida%20Menezes%20-%20Disserta%C3%A7%C3%A3o.pdf>
- SOUZA, Bruna Cardoso Brasil. **Charles Perrault e os contos da Mamãe Gansa**. 2014. 41f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Letras) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Ciências e Letras. Araraquara-SP. Disponível em: <http://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/124153/000829867.pdf?sequence=1> . Acesso em: 10 abr. 2023.
- YUNES, Eliana. **Análise e interpretação de obras literárias: obstáculos entre obras e leitor?** Revista Perspectiva. Florianópolis, 1986. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/perspectiva/article/view/8562/8070>
- ZILBERMAN, R. **A Literatura infantil na escola**. 11 ed. São Paulo: global, 2003.

APÊNDICE A- LIVRO PRÉDIO DA RUA OHANA









Essa é a família Garcia
 Luciana adora cantar todos os dias
 Enquanto seu marido Mateus faz lindas
 melodias
 Os dois fazem música com muita
 maestria

"O prédio da rua Ohana" é um livro infantil que apresenta diversas histórias de famílias em um prédio residencial brasileiro acolhedor e vibrante. As páginas trazem uma rica variedade de personagens, incluindo pais amorosos, mães carinhosas, avós afetuosos e crianças cheias de energia, com experiências e corpos diversos. Cada página revela um novo lar, história e lição sobre a importância da aceitação e valorização da diversidade da família brasileira.





PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE
GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO
INSTITUCIONAL
Av. Universitária, 1069 | Setor Universitário
Caixa Postal 86 | CEP 74605-010
Goiânia | Goiás | Brasil
Fone: (62) 3946.3081 ou 3089 | Fax: (62)
3946.3080
www.pucgoias.edu.br | prodir@pucgoias.edu.br

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Júlio César Matos Pinheiro Carvalho do Curso de Comunicação Social Publicidade e Propaganda ,matricula 20201006600182, telefone: 55 (62) 98224-4645 e-mail jjulio18092002@gmail.com , na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado LIVRO PRÉDIO DA RUA OHANA – COLEÇÃO BERENICE, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 12 de dezembro de 2023.

Assinatura do(s) autor(es):

Nome completo do autor: Júlio César Matos Pinheiro Carvalho

Assinatura do professor-orientador:

Nome completo do professor-orientador: Márcia Regina Santos Brisolla