



MAIS DO QUE CORES CHAMATIVAS: VALORIZAÇÃO DOS PROCESSOS CRIATIVOS POR TRÁS DA ELABORAÇÃO DE UM LIVRO INFANTIL

MORE THAN ATTRACTIVE COLORS: VALUING THE CREATIVE PROCESSES BEHIND THE PREPARATION OF A CHILDREN'S BOOK

RODRIGUES, Ana Julia Rodrigues¹,
DEPEXE, Sandra²,

Resumo

O presente artigo busca colocar em evidência os processos criativos que envolveram a concepção de um projeto experimental realizado na área de Comunicação Social - Produção Editorial, na Universidade Federal de Santa Maria. O experimento em questão teve como principal objetivo a produção de livro infantil, desde a criação e preparação de texto literário e o desenvolvimento dos projetos editorial e gráfico com a temática talentos e profissões. Igualmente, esse artigo busca contrapor e refletir a criação de livros infantis por Inteligência Artificial apoiada por muitos perfis na internet e valorizar a produção de livros autorais e independentes, assim como seus processos criativos.

Palavras-chave: Livro Infantil; Design; Projeto gráfico; Inteligência Artificial.

Abstract

This article seeks to highlight the creative processes that involved the conception of an experimental project carried out in the area of Social Communication - Editorial Production, at the Federal University of Santa Maria. The experiment in question had as its main objective the production of children's books, from the creation and preparation of literary text and the development of editorial and graphic projects with the theme of talents and professions. Likewise, this article seeks to contrast and reflect the creation of children's books by Artificial Intelligence reinforced by many profiles on the internet and to value the production of authorial and independent books, as well as their creative processes.

Keywords: Children's book; Design; Graphic project; Artificial intelligence.

¹ Universidade Federal de Santa Maria, ORCID: 0000-0003-3710-0147, ana.julia@acad.ufsm.br

² Universidade Federal de Santa Maria, ORCID: 0000-0001-9536-4285, sandra.depexe@ufsm.br

1 Introdução

Segundo Haslam (2010) o livro é a forma mais antiga de documentação, sendo definido pelo próprio autor como “um suporte [...] que preserva, anuncia, expõe e transmite conhecimento ao público, ao longo do tempo e do espaço” (Haslam, 2010, p. 09). Mas para além de registrar conhecimento, um livro proporciona ampliar as visões de mundo, fomentando novas percepções e interpretações (Freire, 1989). Em muitas situações são como bússolas para orientar, e até mesmo “cabana” como diz acreditar a autora Michele Petit (2019), para aconchegar e proteger.

Em especial, o enfoque que se deseja trazer é em relação aos livros infantis, que além de serem livros “cabana” aos pequenos, é um mercado em expansão como pontua a PublishNews (2022) ao declarar que os pequenos leitores representam cerca de 23% da população brasileira. De mesmo modo, a pesquisa Retratos da Leitura, realizada pelo Instituto Pró-Livro, ainda confirma que o público infantil é o que mais lê hoje em dia. Nesse sentido, compreende-se o mercado editorial infantil, um mercado em crescimento e ampliação.

Segundo Clarice Fortkamp Caldin (2003) e José Antônio Gomes (2007), para além de um objeto físico que traz entretenimento e diversão às crianças, o livro infantil é um produto que proporciona benefícios a curto e longo prazo, assim, instigando a criticidade, fomento à criatividade e autoconhecimento. Nesse sentido, por ser um objeto que valoriza e estimula tantas habilidades, é algo que deve ser, deveras, bem pensado, programado e atento aos mínimos detalhes, tendo em vista que escrever para as crianças é tão difícil quanto para os adultos (Kohan, 2014).

Os processos criativos que envolvem a produção de um livro são indispensáveis, pois cada etapa envolvida no processo de produção pode fazer diferença ao analisarmos o produto final. Mas ao invés de dar ênfase para um produto pronto, impresso e com acabamentos como o esperado, o que se pretende é dar visibilidade aos mínimos detalhes e aos procedimentos que por muitas vezes são invisibilizados e considerados desnecessários, assim como propõem muitos canais que estimulam e ensinam a criação de livros infantis com uso de inteligência artificial, como retratado por uma reportagem disponível no G1¹, veiculada no dia 16 de abril de 2024. Considera-se que o desenvolvimento de conteúdo para o público infantil não deve apoiar-se na lógica de uma fórmula a ser repetida, mas na potencialidade do livro servir como instrumento de diálogo e aprendizagem relacionados ao contexto contemporâneo e cultural em que vive a criança.

Portanto, colocar em evidência os processos que fazem parte da produção de um objeto tão essencial na vida das crianças é necessário, para que haja maior valorização sobre essa

¹ Matéria disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2024/04/16/youtubers-ensinam-como-lucrar-com-uso-de-inteligencia-artificial-para-criar-videos-e-livros-infantis-em-minutos.ghml>

área da comunicação e do mercado editorial. Sendo assim, reconhecer as diversas etapas que compõem uma produção editorial é valorizar a pesquisa que envolve o projeto, além de reconhecer o trabalho de profissionais envolvidos, exaltar a literatura e apoiar trabalhos originais para que não se produza “mais do mesmo”. Para exemplificar, será abordado o relato de experiência da criação de um projeto experimental, o livro infantil denominado “Tudo o que eu quiser ser”.

2 A importância do Design Gráfico

A cadeia editorial, conforme Thompson (2013), é formada por diferentes tarefas e funções, as quais vão desde a criação e desenvolvimento de conteúdo (etapa geralmente ocupada por autores e editores), até o trabalho de edição, design, diagramação, impressão, acabamento, marketing, distribuição, vendas e, por fim, aos modos pelos quais a obra chega ao consumidor. Samara (2011), ao refletir sobre design editorial, indica que o primeiro passo é a formulação de um conceito, o qual articula assunto, público e posicionamento da obra. No caso da realização de um livro infantil, compreender o público infantil, seus gostos, além de entender seus hábitos, e as preferências dos pais, são fatores essenciais, visto que este produto deve agradar não apenas o público direto (crianças) mas também um público indireto (responsáveis, pessoas que irão adquirir o produto) segundo Kohan (2014).

Além disso, a pesquisa sobre o mercado editorial infantil, o estudo de tendências, assim como, a análise de diversos layouts de livros físicos, são apenas algumas das muitas etapas que podem auxiliar no processo de preparação. Mas o mais interessante é analisar como todas essas pesquisas preliminares (e muitas outras) têm impacto no design gráfico do produto final.

De acordo com Haslam:

[...] o design é uma mistura de decisões racionais e conscientes que podem ser analisadas e decisões subconscientes que não podem ser deliberadas tão profundamente, uma vez que derivam da experiência e da criatividade do designer. (HASLAM, 2010, p.23)

Ainda Hendel auxilia na definição:

[...] o design gráfico é usado para comunicar visualmente uma mensagem específica e é avaliado pela engenhosidade que tem para fazer o design dizer alguma coisa. A mensagem está na forma de dizer, na maneira como as palavras se apresentam, quanto nas palavras em si. Na verdade, às vezes, nem mesmo existem palavras. O designer gráfico atribuiu uma atitude às palavras para influenciar a maneira como o leitor as vê e reage a elas. (HENDEL, 2006, p. 4-5)

Nesse sentido, o design gráfico está diretamente relacionado ao estabelecimento do valor de troca, ainda que pela via simbólica (VILLAS-BOAS, 2007). É nesta etapa da produção do livro que se busca colocar em prática e dar sentido a todo planejamento anteriormente

definido. Além de ser um momento de experimentações para que o trabalho se relacione com sua demanda da melhor forma possível. Assim, a prática do design se relaciona diretamente com o que acredita Gruszynski (2000, p.17) ao afirmar que o mesmo “é uma atividade que envolve o social, a técnica e também significações”.

Portanto, a concepção de um livro, considerando desde o trabalho criativo do autor até do ilustrador ou do designer que irá conceber uma forma visual às ideias do texto (Samara, 2011), é um processo que exige raciocínio, metodologia e preparação, a fim de que se desenvolva um produto que, de fato, represente originalidade e personalidade, capaz de transformar a leitura da obra em uma experiência relevante ao leitor.

Entretanto, uma matéria publicada pelo G1 no mês de abril de 2024, ressalta a aposta em outros meios de criação e produção de conteúdos: inteligência artificial generativa.

Quando adicionado à palavra inteligência, o adjetivo “artificial” significa desenvolver computacionalmente máquinas capazes de funcionar à maneira da inteligência humana, tais como aprender (aquisição de informação e regras para usar as informações), raciocinar (usar as regras para chegar a conclusões aproximadas ou definitivas), autocorrigir-se e resolver problemas. Quando qualquer sistema se adapta às condições impostas por um ambiente, esse sistema é considerado inteligente. O que se extrai dessas considerações é o fato de que não é a condição psicológica humana e suas complexidades que a inteligência artificial busca simular, mas muito mais a capacidade de raciocinar e planejar para atingir determinados objetivos (Santaella, 2013, p.14).

Nesse sentido, considera-se que as produções provenientes desse recurso sejam, deveras automatizadas, e conseqüentemente demandam menos tempo que qualquer produção realizada pelos seres humanos. Apesar de produzirem com mais rapidez, acredita-se que utilizar o termo “criatividade” relacionado a este tipo de produção seria equivocado (Junior, 2019), tendo em vista que esses recursos reproduzem materiais (de diversos tipos) que já foram publicados por outros indivíduos, repetindo fórmulas e reproduzindo padrões. Nesse sentido, realizam uma nova versão de conteúdos já existentes, de forma simplificada e bem mais dinâmica. O que se relaciona com o que acredita Fogliano ao afirmar que estes meios

São inteligentes, mas não conscientes. Não podem discernir, julgar conscientemente suas decisões. Podem ser máquinas muito úteis, mas são destituídas de julgamento. Leem mas não entendem, detectam padrões, mas não lhe atribuem significado. Podem substituir humanos em tarefas repetitivas e monótonas apenas. (FOGLIANO, 2018, p.45)

Indo ao encontro de Santaella (2023) que sugere que muitas inteligências artificiais não têm a mínima ideia se algo é correto ou falso e mesmo assim apresentam com confiança discursiva. Sendo assim, quando o debate gira em torno de criatividade, podemos partir do ponto de que este princípio se relaciona com o espontâneo, com a imaginação e o pensamento para posteriormente se colocar em prática, bem como acredita Lowenfeld

(1974, pg. 62) ao afirmar que “Considera-se a criatividade como um comportamento produtivo, construtivo, que se manifesta em ações ou realizações.” Sendo assim, Junior (2019), a partir de seus estudos afirma que “para ser considerada verdadeiramente criativa, uma inteligência artificial deveria ser capaz de gerar espontaneamente seus objetivos e trocá-los conforme a necessidade.”

Portanto, no processo de elaboração de um livro infantil, o design gráfico é um processo de grande importância, pois dará vida às decisões previamente definidas por autores e editores, atentando-se para uma série de cuidados que, por muitas vezes, se disfarçam em meio a um produto finalizado. Conforme Lins (2003, p.31):

Neste mundo repleto de imagens (eletrônicas ou não), o livro infantil mantém o papel de estimular a criança a ser criança, a criar. O texto escrito conta uma história recheada de imagens nas linhas e entrelinhas. A imagem complementa e enriquece esta história, a ponto de cada parte de uma imagem poder gerar diversas histórias. O texto e a imagem juntos dão ao leitor o poder de criar na sua cabeça a única história que realmente interessa. A história dele.

Logo, o design, como outros processos criativos, carrega em sua gênese o ato de testar, de explorar e de buscar a melhor forma de expressão possível de um conteúdo ao seu público. Portanto, a participação e envolvimento profissional levando a sério sua responsabilidade pelo resultado é fundamental, a fim de fomentar também no designer daquela obra a criticidade, fomento à criatividade, autoconhecimento, visto que “a ilustração extremamente literal ou puramente ornamental e decorativa não representa mais a diversidade, a pluralidade e a riqueza de informações visuais a que as crianças hoje têm acesso” (Lins, 2003, p.36). Igualmente, é preciso estender o entendimento do processo criativo na concepção de um livro, pois

Não é somente o que o autor escreve num livro que vai definir o assunto livro. Sua forma física, assim como sua tipografia, também o definem. Cada escolha feita por um designer causa algum efeito sobre o leitor. Este efeito pode ser radical ou sutil, mas normalmente está fora da capacidade do leitor de descrevê-lo.” (HENDEL, 2006, p. 11).

A seguir, serão apresentados alguns procedimentos adotados na criação experimental de um livro infantil à luz das ideias até aqui debatidas.

3 Relato de processos criativos para um livro infantil

Os processos criativos que englobam o design dão vida à uma obra e para além disso, dão personalidade a ela, e sendo assim, cada etapa é fundamental para a criação. Desse modo, coloca-se em exposição, processos criativos que foram fundamentais para a execução do projeto experimental “Tudo o que eu quiser ser: proposta de projeto editorial e gráfico de um livro infantil”, que resultou em um livro infantil com a temática de valorização das profissões e dos talentos, destinado a crianças de 6 a 11 anos de idade. O mesmo, buscou por meio

de uma história baseada em aventura envolver toda a família, criar um espaço de autoconhecimento e de acolhimento.

3.1 Criação de nuvem de palavras

A nuvem de palavras é vista como uma antiga estratégia na prática pedagógica (Prais; Rosa, 2017). E como o próprio nome sugere, se relaciona com um compilado de palavras, que realmente lembram o formato de nuvem, e que fazem sentido entre si e que auxiliam na criação de sentido à uma produção. Podendo ser realizado manualmente ou de forma digital, por meio de diferentes plataformas. De acordo com Sena et al. (2022), “Dentre tantos outros, um recurso tecnológico que alia conhecimento, interação e diversão é a Nuvem de Palavras, que se apresenta como interessante potencializador do ensino e da aprendizagem.”

Para a criação da nuvem de palavras do projeto experimental em questão, um dos primeiros passos após essas observações foi agrupar todas as inspirações. As palavras na cor azul são os pontos chaves a serem explorados na produção; os destaques na cor verde são pontos relevantes na história; e os temas que gostaria de transmitir a partir da história estão representados na cor laranja.

Sendo assim, a criação deste recurso auxiliou para a organização de palavras chaves fundamentais, que guiaram o projeto editorial e o projeto gráfico.

Figura 1 - Nuvem de palavras



Fonte: Autora

De fato, quando as ideias são organizadas e expostas de forma clara, como se coloca numa nuvem de palavras, muitos procedimentos são facilitados, como na hora de exercitar a mente para a criação de uma nova ideia.

Tendo em vista que uma das críticas realizadas pelo G1 os livros infantis criados por Inteligência Artificial é em relação à "moral da história" que muitas vezes é a mesma, prejudicando o aprendizado infantil. Supõem-se que colocar essa estratégia em prática

(nuvem de palavras) seria uma maneira de visualizar melhor a temática que se pretende abordar. Assim, como se observa no exemplo acima, deixando claro que é um livro que deseja tratar sobre valorização das profissões.

Nesse contexto, podendo comparar as temáticas de diferentes histórias, evitando a produção de diversos livros com o mesmo assunto, para que enfim, o comentário da diretora-geral da UNESCO, Audrey Azoulay, em 2021 sobre “ler muitos livros – consequentemente, com diferentes narrativas – ajuda a explorar várias ideias e culturas” se coloque em prática.

3.2 Elaboração de *moodboards*

Pode parecer um acréscimo sem sentido à primeira vista quando se observa uma mistura de imagens em um quadro. Mas se pararmos para observar com cuidado, o *moodboard*, também conhecido como “quadro de sentimentos” ou “quadro semântico”, é uma ferramenta que possui duplo potencial de liberação e estimulação e em um processo bem-sucedido, os *moodboards* parecem indicar a direção do design e do desenvolvimento. Como também ajudam a justificar e fundamentar a proposta, ligando o final do processo ao início (Gardner e Mcdonagh-Philip, 2001).

Durante o processo criativo da constituição de “Tudo o que eu quiser ser”, auxiliou para o desenvolvimento dos personagens, tanto em seus aspectos gráficos quanto editoriais, que vieram a inspirar a própria escrita da história. Além de contribuir para a inspiração dos ambientes que seriam retratados pelo ilustrador. Assim, o moodboard serviu como uma estratégia que ajudou a reunir as principais ideias do projeto, e de cada personagem, proporcionando uma particularidade para cada um, na escolha de suas referências físicas, elementos que os representam, cor do fundo que combina com a personalidade, como por exemplo na figura 2. Ou seja, uma proposta que provoca o designer a pensar e sair do óbvio. Exatamente o contrário do que é encontrado nos livros infantis criados por IA e criticados pelo G1 ao demonstrarem “falta de representatividade” ao darem protagonismo aos personagens em sua maioria brancos, além de conter uma moral da história repetida. Isso nos faz refletir acerca dos bancos e repositórios das inteligências artificiais, e assim, tensionar que tipos de materiais estão disponibilizados nesses ambientes. E nos questionar se os mesmos não reforçam problemas estruturais da sociedade como racismo, machismo, e xenofobia...

Figura 2 - Moodboard da personagem Alice



Fonte: elaborado pela autora a partir de ilustrações de Freepik (2023), Canva e da personagem Tip do filme Cada um na sua casa de Tim Johnson (2015)

Figura 3 - Moodboard do parquinho



Fonte: elaborado pela autora a partir de ilustrações de Freepik (2023) e Canva

3.3 Criação de protótipo artesanal e testes de impressão

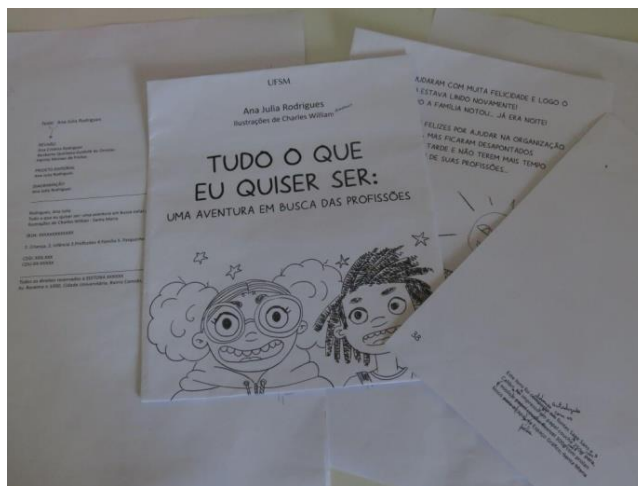
A materialidade e seu desempenho como produto deve ser observada pois, “existe uma grande variedade de materiais e suportes possíveis tanto na execução das ilustrações como na confecção do objeto livro. [...] além do enriquecimento visual, incentivam o espírito criativo da criança na busca de soluções alternativas e no relacionamento com a diversidade.” (Lins, 2003, p.46-47)

Para a verificação de algumas escolhas do projeto gráfico, foram realizados testes de impressão em diferentes períodos, bem como a criação de um protótipo artesanal, a partir do estudo de diferentes referências do mercado editorial infantil. Essa pesquisa de referências foi muito importante para avaliar o quanto esse campo editorial é vasto, diverso e repleto de possibilidades. Foram analisados mais de 15 livros infantis, cada um com uma temática, formato e tamanho diferentes. O que veio a inspirar a criação do protótipo manual

que posteriormente virou projeto do software Indesign e depois veio a ser teste de impressão.

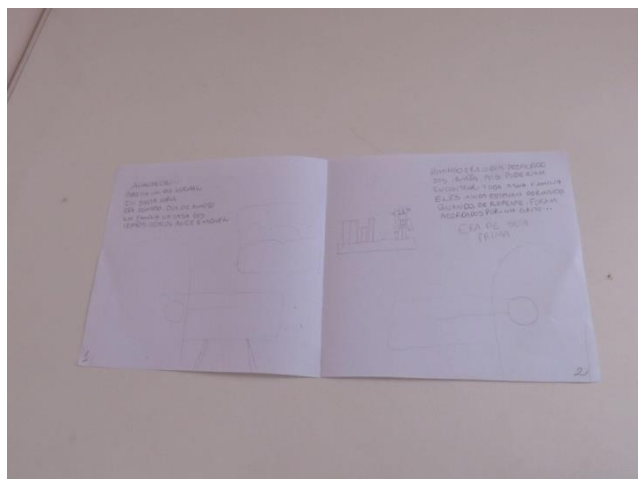
A possibilidade desses testes durante o processo de produção são diferenciais que somente os livros que não são produzidos por IA possuem, visto que o processo de construção por IA não costuma ter esse processo de verificação e aperfeiçoamento manual (caso necessário).

Figura 4 - Registros dos testes de impressão



Fonte: registro da autora (2023)

Figura 5- Registros do protótipo manual



Fonte: registro da autora (2023)

A metodologia de trabalho daquele que projeta e ilustra é sugerida por Lins (2003) em 5 etapas: leitura do texto para definir o “clima” do livro, pensando o lugar do leitor; decupagem do texto em pedaços e criação de relações com possíveis imagens; posicionamento das páginas duplas, munido dos dados técnicos (formato, número de páginas, cores possíveis, etc); prototipação em tamanho real ou proporcionais ao formato fornecido pelo cliente; montagem da arte final com o uso de softwares, processo de

acabamento e verificação de custos. Embora algumas dessas etapas possam ser realizadas com o auxílio de ferramentas tecnológicas, o papel do profissional do livro ainda é marcado pela subjetividade, pelo poder de experimentar e avaliar as possibilidades frente a uma experiência de leitura que faça a diferença para o leitor.

4 Conclusão

Como visto anteriormente, dentro de um processo completo da criação de um livro, há diversos processos que antecedem e que são fundamentais para o resultado final. Assim como os em destaque nas seções acima, que são apenas alguns dos muitos que fizeram parte da produção do projeto experimental do livro infantil “Tudo que eu quiser ser: uma aventura em busca pelas profissões”.

Processos estes, que com toda certeza demoram muito mais do que o tempo estimado para a produção de um livro infantil produzido por IA (que é de minutos ou até segundos, segundo a matéria) mas que valoriza as etapas, fases, assim, respeitando o tempo necessário para se desenvolvesse um produto original e que visa oferecer os muitos benefícios que a literatura pode ofertar às crianças.

Além do mais, são essas etapas que foram indispensáveis para o exercício do pensamento, da criatividade e da provocação, a fim de demonstrar, e deixar claro, que um livro infantil é muito mais do que “ter cores chamativas”, diferente do que orienta um dos tutoriais destacados pela matéria do G1.

Sendo assim, observa-se o papel da criação planejada, que se preocupa com os detalhes e considera aspectos de grande relevância como a criatividade e originalidade, que notoriamente fazem diferença para a entrega final de um livro infantil.

A partir disso, espera-se que amplie-se as discussões sobre essa temática e para que principalmente os responsáveis tenham maior cuidado com aquilo que incentivam seus filhos ou dependentes a consumirem, pois afinal a infância é o momento no qual as crianças criam seus valores, adquirem seus referenciais.

E que se tenha a certeza de que reconhecer e investir na compra de livros autorais e independentes é valorizar as diversas etapas criativas que compõem uma produção editorial e apoiar a pesquisa para que a literatura brasileira seja cada vez mais diversa.

Colaboradores

Ana Julia Rodrigues: Pesquisa e autoria.

Sandra Depexe: Revisão e Correção

Agradecimentos

Este trabalho é apoiado e financiado pela CAPES

Referências

CALDIN, Clarice Fortkamp. A função social da leitura da literatura infantil. : R. **Eletr. Bibliotecon. Ci. Inf.**, Florianópolis, n. 15, 1o sem. 2003

FOGLIANO, Fernando. Arte interativa e o inconsciente maquínico. **DATJournal**, v. 3, n. 1, p. 39-48, 2018. Disponível em:
<https://ppgdesign.anhembi.br/datjournal/index.php/dat/article/view/69/60>.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler: em três artigos que se completam**. Editora Cortez. São Paulo. 1989

GARDNER, S.; MCDONAGH-PHILIP, D. Problem Interpretation And Resolution via Visual Stimuli: The Use Of 'Mood Boards' In Design Education. In: **The Journal Of Art And Design Education**, 20 (1) pgs.57---642001

GOMES, José António. **Literatura para a infância e a juventude e promoção da leitura**. Casa da Leitura. 2007.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **Design gráfico: do invisível ao ilegível**. Rio de Janeiro: 2AB, 2000

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II: como criar e produzir livros**. São Paulo: Edições Rosari, 2010

HENDEL, Richard. **O Design do Livro**. 2ª. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2006. 224 p.

KOHAN, Silvia Adela. **Escrever para crianças: tudo o que é preciso saber para produzir textos de literatura infantil**. Gutemberg, 2014.

LINS, Guto. **Livro infantil?: projeto gráfico, metodologia, subjetividade**. São Paulo: Edições Rosari, 2003.

LOWENFELD, V. e Brittain, W.I. (1974). **O desenvolvimento da capacidade criadora**. São Paulo: Mestre Jou.

PRAIS, Jacqueline Lidiane de Souza; ROSA, Vanderley Flor da. Nuances: estudos sobre Educação, Presidente Prudente-SP, v. 28, n. 1, p. 201-219, Jan./Abr. 2017. ISSN: 2236-0441. DOI: 10.14572/nuances.v28i1.4833

PETIT, Michèle. **Ler o mundo: experiências de transmissão cultural nos dias de hoje**. Editora 34. São Paulo. 2019

SANTAELLA, Lucia. Por que é imprescindível um manual ético para a Inteligência Artificial Generativa? TECCOGS – **Revista Digital de Tecnologias Cognitivas**, n. 28, 2023, p. 7–24.

SAMARA, Timothy. **Guia de design editorial: manual prático para o design de publicações**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SENA, Lílían de Sousa; PINHEIRO Andréa Pestana; SOUSA, Aline de; SERRA, Ilka Márcia Ribeiro de Souza. O uso da nuvem de palavras como estratégia de inclusão e inovação pedagógica. **Video Journal of Social and Human Research**, 1(2), 70-84. DOI:<https://doi.org/10.18817/vjshr.v1i2.27>

THOMPSON, John B. **Mercadores de cultura: o mercado editorial no século XXI**. São Paulo: EdUnesp, 2013.

VENANCIO JÚNIOR, Sergio José. Arte e inteligências artificiais: implicações para a criatividade. **ARS** (São Paulo), [S. l.], v. 17, n. 35, p. 183–201, 2019. DOI: 10.11606/issn.2178-0447.ars.2019.152262.

VILLAS-BOAS, André. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico**. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.