



"GALÁXIAS"¹

Thiago Ximenes NAVES²

Dânia Acácia de Souza VILELA³

Centro Universitário do Sul de Minas, Varginha, MG

RESUMO

O livro Galáxias de Haroldo de Campos é uma desconstrução da poesia e foi um ataque a produção poética na época. Foi um marco na literatura e representa o início do Concretismo na poesia brasileira. O poema transforma-se em objeto visual, com a abolição do verso tradicional e uma linguagem sintética e intertextual repleta de estrangeirismos.

PALAVRAS-CHAVE: cartaz; concretismo; desconstrução; literatura; poesia.

INTRODUÇÃO

Foi-nos proposto que desenvolvêssemos um cartaz sobre o livro “Galáxias”, de Haroldo de Campos, aplicando nessa peça as teorias que aprendemos nas aulas de Psicologia do Consumidor. O livro Galáxias se relaciona intimamente com o conteúdo da disciplina estudada em sala de aula em virtude de ser uma obra que causa uma grande semiose em qualquer um que se aventure a lê-la. O livro é realmente uma viagem ao universo da semiótica, do estudo dos signos. Por esse motivo talvez estes eram os temas mais recorrente de nossas aulas nessa disciplina.

2 OBJETIVO

Criar uma peça que cause espanto no receptor da mensagem e ilustre de maneira abstrata a essência do livro e assim desperte o interesse desse receptor em lê-lo e se surpreender ainda mais com a ousadia do autor.

3 JUSTIFICATIVA

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Cartaz.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: txnaves@hotmail.com.br

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: dania_vilela@yahoo.com.br



O livro tem a intenção de causar um choque inicial, fugindo das crenças e gerando dúvidas, incentivando assim um exercício da visão sincrética do leitor e uma alteridade em quem lê. Dentro dessa mesma intenção do autor surgiu a inspiração para a criação da peça.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O conceito da peça é: A quebra de paradigmas, e para desenvolvermos esse conceito tomamos como base os estudos de Charles Sanders Peirce sobre hábitos, crenças e categorias fenomenológicas. Foram trabalhadas as cores e objetos no cartaz de maneira a ilustrar a quebra do antigo, do convencional, dando lugar ao novo.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO



A foto dos fósforos foi tirada de um banco de imagens e foi escolhida justamente pelo motivo de que fósforos são objetos corriqueiros e pouco valorizados, que todas as pessoas têm acesso. Editada usando-se o Adobe Photoshop (para alterar as cores) e o Corel Drawn para a inserção dos textos. As cores foram propositalmente escolhidas: o bege



representando o clássico, o preto para representar o mistério, o desconhecido e o azul dá a idéia de infinito (céu sem nuvens). O texto complementa o que está explícito na imagem.

6 CONSIDERAÇÕES

Quando nos foi pedido pelo professor da disciplina de Psicologia do Consumidor, Prof. Romilson Marco, para realizarmos este trabalho e nós entramos em contato com o livro pela primeira vez percebemos a partir daquele momento que não seria uma tarefa fácil. Como falar de alguma coisa que nem nós próprios conseguíamos entender, ou sequer o que aquele emaranhado de palavras queria dizer. Não tinha outra saída, senão pesquisar.

Começamos a entender que aquilo não era mesmo para ser entendido, não da maneira convencional como estamos acostumados, mas se tratava de uma obra de desconstrução e livre interpretação e não de um livro qualquer de poesia. Após algumas semanas conseguimos finalmente captar a essência do livro, o que o autor queria dizer que não estava realmente escrito ali, naquelas páginas confusas. E foi a partir daí que desenvolvemos o conceito e tudo ficou muito mais fácil, o trabalho fluiu de maneira impressionante surpreendendo até a nós mesmos.

A realização de pesquisas e aprofundamento teórico sem dúvida foi essencial para que isso acontecesse, mas acima de tudo o mais importante foi que aquilo tudo que estudamos todo o semestre aconteceu conosco, no fim das contas nós tivemos que “quebrar” nossas crenças, nos desprender de nossos hábitos para assimilar um conteúdo que até então era completamente estranho para nós. Essa foi a verdadeira dificuldade do trabalho e depois que percebemos que conseguimos “sair da moldura para admirar o quadro”, foi realmente gratificante.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PEIRCE, C. S. *Semiótica*. 3 São Paulo: Perspectiva, 2003.

MODESTO, F.; BASTOS, H. T.; RODRIGUEZ, M. C. P. *Psicodinâmica das Crenças em Comunicação*. 5 São Paulo: Edgard Blucher, 2006.