



## Box Polanski: cores, símbolos e cenários de Polanski. <sup>1</sup>

Lídia FARIAS<sup>2</sup>  
Juliana OLIVEIRA<sup>3</sup>  
Karina SCRAMOSIN<sup>4</sup>  
Alan GÓES<sup>5</sup>  
Gustavo PINHEIRO<sup>6</sup>

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### RESUMO

Em um mercado competitivo, o design torna-se um importante diferencial na identificação do consumidor com um produto e na compra deste. Tendo em vista o papel do design nesse contexto, desenvolveu-se, como projeto da disciplina de Direção de Arte, uma caixa de DVDs formada por filmes de Roman Polanski. Para a devida conciliação dos objetivos acadêmicos e profissionais, os estudantes fizeram uso de seus conhecimentos práticos e teóricos a fim de criarem um projeto gráfico que atendesse tanto aos padrões do mercado quanto aos conhecimentos e estudos de design, layout e comunicação visual.

**PALAVRAS-CHAVE:** roman polanski; design; direção de arte, layout, comunicação visual.

### INTRODUÇÃO

O presente trabalho consiste numa evolução de um produto desenvolvido ao longo de um semestre para a disciplina de Direção de Arte do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará, ministrada pelo professor Gustavo Pinheiro. Entendendo que tal disciplina é parte fundamental na formação acadêmica de um publicitário e que tal formação precisa estar atualizada às novidades e demandas de um mercado cada vez mais original e competitivo, foi impelido aos alunos o dever de conceituar e produzir o layout de um *box* de DVDs. Para tal tarefa, a

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Encarte de álbum musical / DVD / Vídeo (avulso).

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará. Monitora de Iniciação à Docência na disciplina de Fotopublicidade. email: lidialif@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará. E-mail: juloliveirab@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará. E-mail: karinagnr@hotmail.com

<sup>5</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará. Monitor de Iniciação à Docência na disciplina de Semiótica. E-mail: eduardogoes13@gmail.com

<sup>6</sup> Orientador do trabalho e ministrante da disciplina de Direção de Arte do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda. Professor do ICA-UFC. Mestre em Comunicação e Cultura Contemporânea pela Universidade Federal da Bahia. E-mail: [pinheirogustavo@hotmail.com](mailto:pinheirogustavo@hotmail.com)



equipe deveria optar por um diretor de cinema e seis obras suas para traduzi-las visual e conceitualmente.

A escolha do diretor, portanto, nortearia toda a produção gráfica da caixa de DVD, uma vez que tal peça deveria agradar ao público de tal cineasta e ser coerente com o estilo visual deste. Dentre tantos, optamos por desenvolver uma coleção de DVDs de Roman Polanski, por entendermos que o mesmo se trata de um importante cineasta contemporâneo, tendo realizado filmes que exercem influências estilísticas e visuais. Seu trabalho caminha por diversos gêneros, da comédia ao terror, tendo sido diversas vezes reconhecido ao longo do mundo.

## **OBJETIVO**

O objetivo central do presente trabalho concentra-se em desenvolver um layout para uma caixa externa e interna de DVD e um encarte que fossem competitivos, conceituais e atrativos a colecionadores e fãs do cineasta.

Uma das principais dificuldades que encontramos ao desenvolver o trabalho foi o fato de percebermos na comunicação visual de nosso produto um dos principais, senão o principal, fator de compra do produto. Em um mercado cada vez mais competitivo, o design configura-se como uma importante ferramenta de atração do público e diferencial do produto. Entendemos por design gráfico “a atividade profissional e a consequente área de conhecimento cujo objeto é a elaboração de projetos para reprodução por meio gráfico de peças expressamente comunicacionais.” (VILLAS-BOAS, 2000, p.10). Sobre a função do design em peças gráficas, o “[...]design é a diferença. Em um mundo cheio de coisas que se parecem com todas as outras coisas, e que fazem as mesmas coisas que as outras coisas, o design é uma forma de se destacar” (PETERS apud D’AVILA, 2004, p. 13). O design, além disso, é capaz de criar laços afetivos que contribuem para a identificação e apreciação do consumidor pelo o produto acarretando em boas vendas para a produtora.

“Através do bom uso da criatividade e de conhecimento técnico, um projeto de design gráfico (o qual pode ser qualquer solução de design gráfico: uma embalagem, um projeto de sinalização ou uma logomarca) atrai a atenção e aguça o desejo do consumidor, gerando percepção e relacionamento positivo deste com o produto, com a empresa e com a marca [...] o design gráfico já não é fator de luxo, mas sim de sobrevivência mercadológica, pois representa uma das mais



significativas ferramentas para se obter diferenciação e assim, conferir aos produtos e serviços personalidade e destaque próprios.” (D’AVILA, 2004, pp.13-14)

Entendemos, portanto, que em um mercado de DVDs, o design responsabiliza-se ainda mais, dentre as funções comunicacionais de uma peça, pela publicidade de seu produto. Uma vez que atualmente as distribuidoras cinematográficas competem com a prática já vigente dos downloads, pelos quais os espectadores assistem gratuitamente aos filmes, torna-se difícil convencer e atrair os consumidores a comprarem um DVD. Deste modo, o design que comporia o box deveria, em sua finalização fazer com que existisse uma identidade visual que fosse possível de se identificar em todos os elementos do Box de DVDS (caixa externa, interna, encarte e DVDs) e ainda que houvesse um diálogo com a estética utilizada pelo diretor em questão em seus filmes. Além disso, é necessário estar de acordo com os padrões mercadológicos atuais, destacando-se dentre outros produtos semelhantes e constituindo-se em um importante atrativo para o consumo do produto fictício em questão.

## **JUSTIFICATIVA**

Dentre de um universo de cineastas possíveis, escolhemos Polanski por reconhecermos a importância de sua obra, como um todo, no cinema. Além disso, seria um desafio para nós, estudantes, encontrar um fio que conduzisse a vasta filmografia do diretor e, mais adiante, expressá-lo visualmente, de modo que o *layout* da caixa de DVDs e o encarte não apenas desse conta das funções informativas do produto mas também que não se torna-se repetitivo dentro do universo das peças gráficas da caixa de DVDs e do encarte dentro da mesma e também que remetesse à estética audiovisual desenvolvida por Polanski.

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Dentro da Filmografia de Polanski foram escolhidos seis filmes para compor a coleção de DVDs. Estes foram: O bebê de Rosemary, O Inquilino, Repulsa ao Sexo, Chinatown, A dança dos vampiros e A morte e a Donzela. Os três primeiros filmes compõem a chamada Trilogia do Apartamento, pois todos contam histórias de pessoas comuns habitantes de grandes cidades que se veem atormentados dentro das suas próprias moradias. Já Chinatown é um filme *noir* que se passa no famoso bairro que dá origem ao título da película. A dança dos vampiros consiste em uma comédia sobre vampiros ambientada na Transilvânia. A morte e a donzela é um *thriller* ambientado em um país, não



identificado, da América Latina. Esses seis filmes foram escolhidos de modo a manter uma maior unidade na coleção. Deste modo, foram deixadas de lado obras do diretor como *O Pianista*, *Oliver Twist*, entre outras que não se encaixavam perfeitamente no conceito visual que propomos aplicar ao box.

Ao analisarmos as seis escolhas, percebemos a relevância do ambiente e dos cenários que compõem cada um dos filmes disponíveis na coleção. Os apartamentos quase esquizofrênicos presentes em toda a trilogia, a desordem de Chinatown, os clássicos castelos da Transilvânia e o penhasco isolado de *A morte e a Donzela*. Deste modo, optamos por dar relevância visual aos cenários em todo o projeto gráfico. Para isso, foram escolhidos vetores que representam cenários urbanos compostos de arranha-céus, evocando assim a imagem de apartamentos, de aglomerados de pessoas habitando a cidade, porém, sozinhas nas suas moradias, tais quais os protagonistas de cada um dos filmes da trilogia. Também foram escolhidos vetores que remetessem as construções típicas de bairros como Chinatown. Foram usados também vetores que representam castelos e penhascos representando, respectivamente, *A dança dos vampiros* e *A morte das donzelas*.

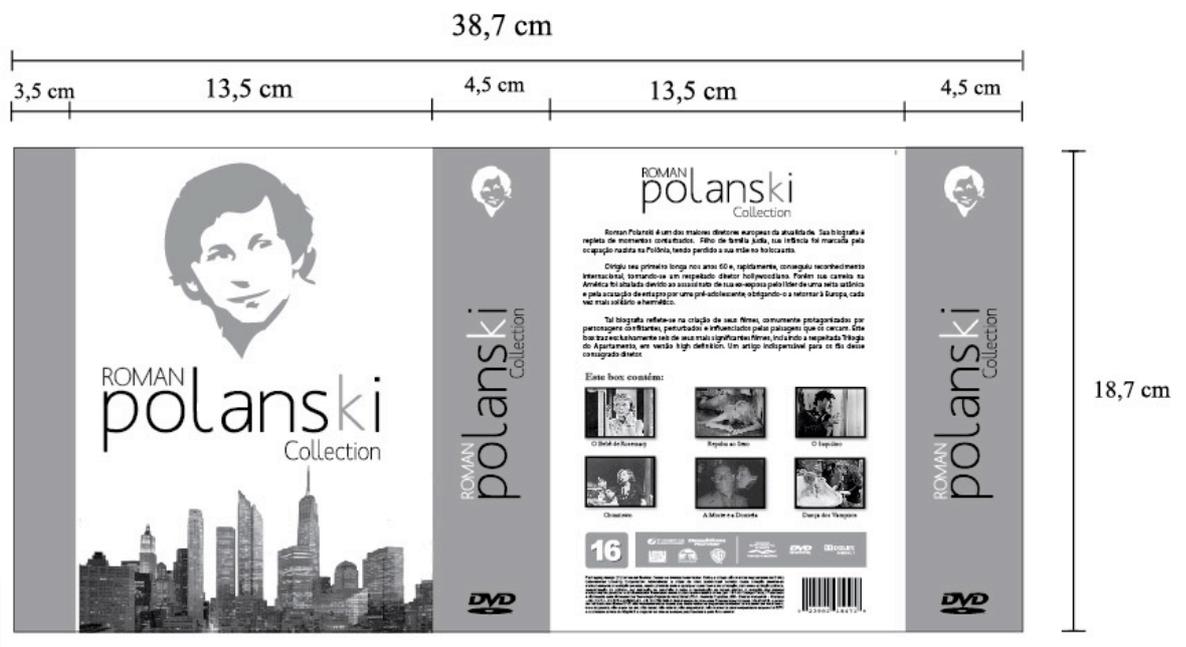
Além dos cenários, foram usadas cores que reproduzissem a atmosfera de cada filme. No caso de *O bebê de Rosemary*, há fortes cenas com o uso do verde. Essa cor é utilizada no filme, e no box, pois está associada as ideias de “calma, frescor, esperança, amizade e equilíbrio.” (FARINA, 2000, p. 101). Estas ideias estão associadas a atmosfera inicial que se constrói no filme para ao longo da sua projeção introduzir-se a tensão. O amarelo com toda sua luminosidade foi escolhido para representar Chinatown, bairro efervescente, cheio de energia, de contrastes, de dinamicidade. O azul, como “a cor mas utilizada para expressar a sensação de frio” (FARINA, 2000, p. 102), representa a frieza e a solidão do personagem principal, vivido pelo próprio Polanski, em *O Inquilino*. O vermelho e o rosa foram usados como efeito de contraste à temática de *Repulsa ao sexo*. Para Farina (2000), o vermelho é “a cor do amor e do erotismo. Como cor da atração e da sedução se materializa nos lábios vermelhos. É a cor dos chamados ‘pecados da carne’, dos tabus e das transgressões.”, Desse modo, o vermelho representa tudo aquilo que a personagem vivida por Catherine Deneuve teme e repugna. Também foram usados para representar o universo vampiresco e a vingança o roxo e o laranja, respectivamente. Para que a capa da caixa se destacasse tanto nas prateleiras quanto em relação ao seu interior, foram escolhidos tons sóbrios de cinza em contraste com o colorido dos DVDs.



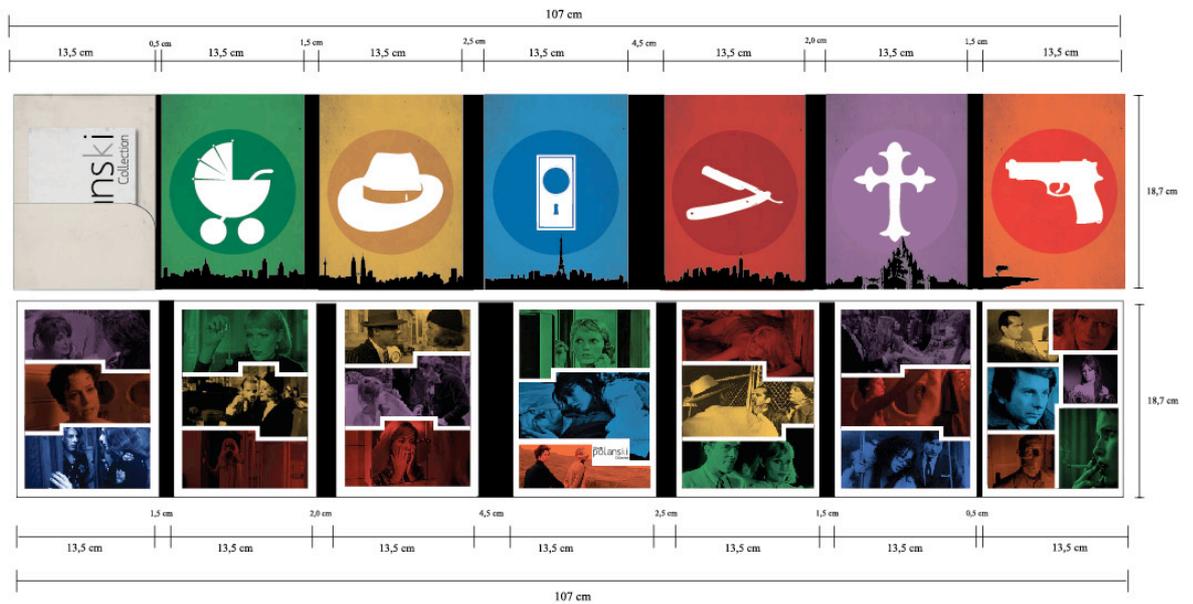
Para completar a representação gráfica de cada filme, foram escolhidos seis objetos, em forma de vetores, que tomam importante lugar nas narrativas do filme. O berço para O bebê de Rosemary, A fechadura para O Inquilino, a navalha para Repulsa ao Sexo, o Chapéu para Chinatown, A cruz para A Dança dos Vampiros e Um Revólver para A Morte e A Donzela.

## DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A Box de DVDs consiste em uma embalagem externa de 38,7 x 18,7 cm onde predominam as cores Cinza e Preta:



Dentro da caixa externa fica a caixa interna onde se pode ver todo o trabalho em cores representando cada filme em contraste com a embalagem externa toda preto e branco. Essa parte interna consiste em um estojo com espaço para os seis DVDs e ainda uma última aba para o encarte:



Por fim, têm se o encarte em tamanho 10 x 15 cm localizado na última aba do estojo do Box de DVDs :





As cores e os símbolos no processo de criação do Box e do Encarte foram de fundamental importância para criar um vínculo com a estética dos filmes do diretor Polanski e para se ter um diálogo entre encarte e Box de DVDs. Cores e símbolos repetem-se nos dois de forma a criar um vínculo na identidade visual, mas sem que seja um processo repetitivo.

### **CONSIDERAÇÕES**

Em suma, o presente trabalho tenta desenvolver o design de uma caixa de DVDs e Encarte que dialoguem entre si em sua identidade visual uma coerência visual e estética que agrade tanto àqueles que conhecem as obras de Polanski quanto aos que não conhecem. Para isso, tentou-se aplicar as teorias dos significados das cores, além de observarmos os pontos visuais e estéticos em comum nos filmes de Polanski.

É importante ressaltar que todo o trabalho foi desenvolvido visando-se o aperfeiçoamento acadêmico, na aplicação de teorias e experimentações de layout, e profissional, levando-se em conta as exigências do mercado e a importância do design para o consumo do produto.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

D'AVILA, F. B. **A importância do design gráfico como ferramenta estratégica de marketing na formação da imagem corporativa.** Curitiba: UFPR, 2004, 44p. Monografia (especialização) - Curso de Pós-Graduação em Marketing Empresarial. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2004. Disponível em: <http://www.fabibettega.com.br/monografia.pdf>. Acessado em: 11 maio 2011.

FARINA, Modesto, **Psicodinâmica das cores em comunicação.** 5° ed. São Paulo: Edgard Blusher, 2000

VILLA-BOAS. André. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico.** 3 ed. Rio de Janeiro. Ed. 2AB, 2000.

Biografia de Polanski. Disponível em: <<http://www.theyshootpictures.com/polanskiroman.htm>>. Acessado em 11 maio 2011.

Filmografia de Polanski. Disponível em: <<http://www.allrovi.com/name/roman-polanski-mn0001321336>>. Acessado em 11 maio 2011.

Especial Bravo! 100 filmes essenciais. São Paulo, SP. Ed. Abril. 2007