

# Análise do *design* gráfico do pôster do filme alemão *Corra Lola Corra*

Daniel Meurer da Cruz, Karen Cristina Kraemer Abreu\*

## Índice

|     |                              |    |
|-----|------------------------------|----|
| 1   | Introdução . . . . .         | 3  |
| 2   | Design gráfico . . . . .     | 3  |
| 2.1 | Conceito . . . . .           | 3  |
| 2.2 | Histórico . . . . .          | 4  |
| 3   | Pôster . . . . .             | 9  |
| 4   | O filme . . . . .            | 10 |
| 5   | Leitura geométrica . . . . . | 11 |
| 6   | Tipografia . . . . .         | 17 |
| 7   | Categoria de tipos . . . . . | 19 |
| 8   | Cores . . . . .              | 22 |
| 9   | Conclusão . . . . .          | 24 |
| 10  | Referências . . . . .        | 25 |

---

\*Daniel Meurer da Cruz é Acadêmico do Curso de Publicidade e Propaganda, das Faculdades Integradas FACVEST, Lages/SC.

Karen Cristina Kraemer Abreu é Publicitária, jornalista, professora universitária, Mestre em Ciências da Linguagem pela UNISUL/SC, coordenadora do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da FACVEST, coordenadora do curso Superior de Tecnologia em Fotografia da FETPESC/SC e orientadora deste artigo científico.

## Resumo

O pôster<sup>1</sup> de um filme parece não ter uma grande importância em um primeiro momento, entretanto na verdade ele é de grande valia para o lançamento ou a escolha de um filme. O pôster é o primeiro contato do filme com o espectador, seja ele no cinema ou vídeo locadora. Ele cria esse elo entre o conteúdo e o que o espectador deseja ver. Através do Pôster você já pode ter uma noção de como será o filme. Seja por sua tipografia, suas cores, suas formas e/ou seu *design* gráfico. Num filme de drama, por exemplo, sua tipografia provavelmente será serifada (como a desse texto), com cores suaves e contornos arredondados, ao contrário de um filme de ação, que terá uma tipografia sem serifa com letras fortes, cores vibrantes e ângulos retos. O intuito desse artigo será mostrar através da análise de um caso exemplar, que o *design* de um pôster de um filme condiz com seu conteúdo e que sua mensagem pode ser interpretada corretamente através dos princípios e teorias do *design* gráfico. Para esse fim escolhi o pôster americano do filme alemão Corra Lola Corra.

**Palavras Chave:** *Design* Gráfico; Movimentos Artísticos do Século XX; Pôster.

## Abstract

The poster<sup>2</sup> of a film does not seem to have great importance in a first moment, but actually it is of great value for the launch or the choice of a movie. The poster is the first contact of the film with the viewer, be it in the cinema or in a video rental. He creates the link between the content and what the viewer wants to see. In the poster you can already get a sense of how the movie will be. By its typography, its colors, its forms and / or its graphic design. In a drama movie, for example, its printing will probably be serified (like this text), with soft colors and rounded contours, unlike a movie of action, which will have a printing without

---

<sup>1</sup>Entende-se Pôster como peça gráfica de divulgação, pode ser compreendido, também, como o cartaz do filme disponibilizado para cinemas ou locadoras de vídeo (DVD).(N. dos Autores).

<sup>2</sup>It is understood poster as graphic piece of disclosure.

serif letters with strong, vibrant colors and right angles . The purpose of this article will show through an example, that the design of a poster for a movie compliant with their content and that his message can be interpreted correctly by the principles and theories of graphic design. For that end I chose the American poster of the german film Run Lola Run.

**Keywords:** Graphic Design; Artistic Movements of XX Century; Poster.

## 1 Introdução

A comunicação visual faz parte da história da humanidade há mais tempo que as próprias palavras, desde a época pré-histórica o homem já se comunicava com símbolos, marcas e desenhos. Isso evoluiu através das pinturas nas cavernas, dos hieróglifos, e dos manuscritos medievais. Nos dias de hoje o ato de planejar e organizar os símbolos, as palavras, os desenhos e as imagens com um intuito de comunicar são reconhecidos como *design* gráfico.

O *design* gráfico é uma especialidade da área do *design*. Ele abrange uma gama de produções que vai desde uma estampa de camiseta, um convite, um cartão ou até livros, revistas e produções publicitárias como *outdoors*, anúncios, pôsteres, logotipos e identidades visuais de empresas. E com a evolução dos meios de comunicação o *design* gráfico também passou a ser utilizado nos meios multimídias, na televisão e no cinema.

## 2 Design gráfico

### 2.1 Conceito

É difícil obter um conceito preciso do que é o *design* gráfico, pois ele acompanha as transformações e avanços tecnológicos da época e engloba uma grande rede de concepções e estilos de movimentos artísticos. Muitos autores e profissionais da área preferem demonstrar e retratar sua história a realmente dar um conceito preciso do que é o *design* gráfico. Um exemplo é o *designer* Alexandre Wollner que no vídeo

“Depoimentos sobre o *design* visual no Brasil”, quando interrogado sobre o assunto, afirma que “Você me perguntar o que é *design*, é a mesma coisa que você me perguntar o que é a arte, não dá para definir, e nem há interesse em definir”.

Embora não possamos definir exatamente, podemos então, afirmar que o *design* gráfico é uma arte visual planejada que comunica através das sensações visuais e materializa a mensagem em um meio de comunicação de massa a fim de transmitir ou expressar uma intenção ou um conceito.

O *design* existe a nossa volta e influencia nosso modo de pensar e de agir, pois ele existe nos objetos, nas construções, nos automóveis e em toda criação feita pela mão do homem que é reproduzida em série e que tem um objetivo a cumprir. Para Azevedo (1991, p.8), “ao lidarmos com os meios de reprodução já estamos lidando com o que poderemos chamar de *design*. O estilo da cópia”.

## 2.2 Histórico

O *design* gráfico, como o conhecemos hoje, é uma evolução natural das chamadas Belas Artes. E ele está relacionado com uma série de movimentos artísticos do século passado, tais como: Art Nouveau, Cubismo, Futurismo, Dadaísmo, Surrealismo, Construtivismo, De Stijl e Bauhaus.

O movimento Art Nouveau foi a introdução, ou melhor, o prelúdio do *design* moderno, ele marcou os pôsteres e cartazes como uma forte representação da mudança do estilo tradicional de arte com a nova forma de expressão das artes aplicadas. O Art Nouveau era caracterizado por sua exuberância decorativa, usava formas arredondadas e curvas e uma composição assimétrica. Procurou sempre demonstrar elegância com linhas entrelaçadas e que sugeriam movimento,

A Art Nouveau surge em 1883, da necessidade de exaltar a natureza e principalmente falar da vida bucólica que começava a desaparecer com rápida industrialização da Europa. Seus desenhos imitavam folhas, troncos, caules, insetos, filamentos de flores e às vezes ressaltavam o próprio desenho, com vinhetas – desenho ornamental – que tinham a intenção de circundar o desenho principal. (AZEVEDO, 1991, p. 22).

O Cubismo foi de fato o ponto preciso dessa nova forma de arte, foi o que revolucionou a forma visual de comunicação e influenciou uma nova gama de artistas e movimentos.

Seus principais nomes foram Picasso e Braque. Os artistas do cubismo quebraram algumas “regras” da arte tradicional, dando mais liberdade às formas e à tipografia.

O estilo cubista destacou a superfície plana e bidimensional da figura e rejeitou as técnicas tradicionais da perspectiva, do claro-escuro e introduziam uma nova visão do real.

O ponto de partida para a revolução é localizada no ano de 1907, precisamente no quadro *Les Femmes d'Alger (O Grande Baie)*, exposto no Museu de Arte Moderna em Nova York; embora não sendo ainda uma pintura definitivamente cubista, revela grande afinidade com a primitiva arte egípcia e africana, muito mais do que arte ocidental. Neste quadro Picasso nivelava a superfície da tela minimizando a ilusão da terceira dimensão, e substituía por contornos e ângulos agressivos a representação pictórica tradicional. (HURLBURT, 1986, p. 13).



*Figura 1 – Les Femmes d'Alger – 1907*

*Fonte: [http://dbeveridge.web.wesleyan.edu/wescourses/2001f/chem160/01/Photo\\_Gallery\\_Humanities/picasso/images/Les\\_Femmes\\_d'Alger.jpg](http://dbeveridge.web.wesleyan.edu/wescourses/2001f/chem160/01/Photo_Gallery_Humanities/picasso/images/Les_Femmes_d'Alger.jpg)*

Conforme relata Hurlburt (1986, p. 20) o futurismo foi uma pequena passagem, mas que gerou uma grande importância. Marcel Duchamp introduziu um novo conceito com suas obras “Nu Descendo uma Escada” e o “Moinho de café”. Suas obras mesclavam a forma do cubismo e uma preocupação futurista em relação à interação das máquinas no meio social. Seus adeptos destacavam a vitalidade, a velocidade, a tecnologia e o meio urbano, além de demonstrar um grande interesse nas novas máquinas criadas pela revolução industrial. O futurismo teve seu fim marcado com a Primeira Guerra Mundial e a morte de seus principais representantes, mas deixou uma valiosa herança para os próximos movimentos.



Figura 2 - Nu Descendo uma Escada

Fonte: [http://www.uncg.edu/rom/courses/dafein/civ/nude\\_no2.jpg](http://www.uncg.edu/rom/courses/dafein/civ/nude_no2.jpg)

O Dadaísmo foi influenciado diretamente pela irreverência de Duchamp e as obras do Futurismo, e tinha como principais atributos a quebra de todas as regras dos conceitos tradicionais e possuía uma característica anárquica e antiburguesa, principalmente influenciada pelas revoltas da Primeira Guerra. Segundo Hurlburt (1986, p. 22), os artistas dadaístas retratavam em suas obras o pós-guerra, a cultura e a reconstrução do mundo. Opunham-se às rígidas técnicas da arte tradicional e expressavam em suas obras toda sua concepção em relação aos acontecimentos de sua época. Com esse movimento os *designers* despertaram uma atenção pelo humor e pelo choque em suas obras.

Conta Hurlburt (1986, p. 24), que o Surrealismo foi o movimento que literalmente transpôs a barreira do racional. Tudo graças à obra *Interpretação dos Sonhos* do psicanalista *Sigmund Freud*. A manifestação do inconsciente e o incrível era o tema desse novo movimento, trazendo uma inesgotável fonte de idéias para as novas formas de co-

municação. O modelo surrealista tinha por base o objeto perturbador e o mágico, seus autores propunham uma manifestação do mundo alucinatório e paranóico para libertar as imagens do inconsciente, trazendo-as à tona para suas obras e para suas vidas.

Para Hurlburt (1986, p. 27), o Construtivismo foi uma proposta bem diferente da arte caótica do Dadaísmo e do Surrealismo. Sua nomenclatura veio da expressão “construir a arte”. Foi um movimento estético vindo da Rússia e trazia um conceito puramente industrial, ele pretendeu levar a extremos os aspectos abstratos e geométricos. Seus artistas tendiam a “sacrificar” a arte em favor da aplicação, e assim, dar uma nova ordem ao *design* o que acabou resultando num novo sentido a chamada Arte Aplicada. Suas obras mais pareciam obras de engenharia do que artes tradicionais.

Uma das metas do Construtivismo era combinar palavras e imagens numa experiência simultânea, tanto na página impressa quanto no filme. Esse tratamento das imagens visuais, então revolucionário, estava destinado a influenciar o futuro da comunicação de idéias, (HURLBURT, 1986, p. 27).

De Stijl<sup>3</sup> foi idealizado por Theo Van Doesburg na Holanda. Deu-se início com o lançamento da revista De Stijl, que conseqüentemente se tornou o nome do estilo (embora este movimento artístico também seja conhecido por Neoplasticismo). Os *designers* desse grupo consideravam as cores primárias e as formas geométricas assimétricas e equilibradas como componente essencial na construção da forma e do espaço. Também definiram como linhas verticais igual à vitalidade e as horizontais como tranqüilidade.

A Bauhaus foi uma grande escola de arte, *design* e arquitetura da Alemanha que influenciou e concretizou o que chamamos hoje de *design* moderno. Além de uma escola de arquitetos e artistas, em seu interior pesquisas e experimentos de *design* gráfico e tipografia eram feitos, o que a tornou um grande marco na história do *design*. Para Azevedo (1991, p. 19), “É na linha de frente artesão-máquina que surge a escola Bauhaus, fundada em 1919, na Alemanha, por Walter Gropius. Seria impossível entender hoje o que é *design* sem entender o que foi a Bauhaus”.

---

<sup>3</sup>Traduz-se por “O Estilo”



A Bauhaus tinha como proposta formar um centro de artes e inovações da comunicação visual, utilizando as artes e a tecnologia a seu favor. Após seu manifesto de 1919 a página impressa assumiu uma grande importância na Bauhaus. Teve seu fim em 1933 com o fechamento da escola pelos nazistas, mas seu ensino inovador já havia de difundido nos principais centros de arte. E com a perseguição de seus professores pelas tropas, estes emigraram para os EUA e Inglaterra e continuaram a disseminar os ensinamentos criados na Bauhaus.

### 3 Pôster

Os pôsteres como são reconhecidos hoje, tiveram sua notoriedade e ascensão no final do século XIX, quando era imprescindível atrair a atenção dos consumidores para as promoções, vendas e entretenimentos. Para Hollis (2000, p. 05), "Nas ruas das crescentes cidades do final do século XIX, os pôsteres eram uma expressão da vida econômica, social e cultural, competindo entre si para atrair compradores para os produtos e público para os entretenimentos".

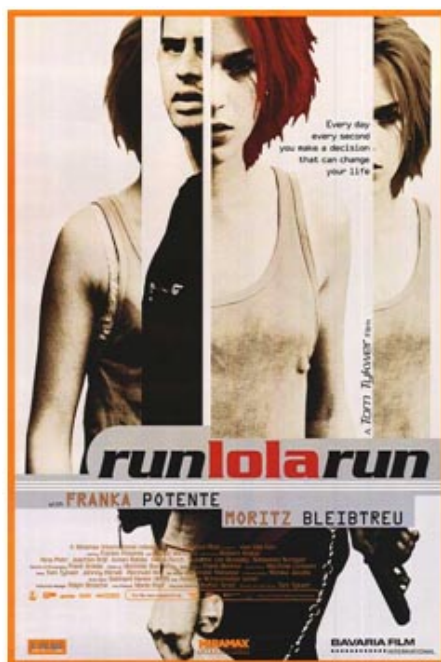
Seu precursor foi Jules Chéret que desenvolveu um sistema de impressão de três a quatro cores e introduzia a possibilidade de se fazer dégradés. Diferente das técnicas anteriores que utilizavam apenas tinta preta sobre a folha branca, conhecida como tipografia ou as ilustrações xilográficas, herança das artes japonesas. Na técnica de Chéret os desenhos dos artistas eram transferidos à mão para as pedras litográficas que imprimiam individualmente as cores, que quando compostas umas sobre as outras formavam a imagem. Conta Hollis (2000, p. 06) que "o estilo de Chéret amadureceu no final da década de 1880, sendo logo adotado e desenvolvido por outros artistas, particularmente por Pierre Bonnard e pelo mais conhecido de todos, Henri de Toulouse-Lautrec".

Os desenhos eram geralmente de cores chapadas e não seguiam as "regras" da perspectiva e das técnicas tradicionais. O pôster representava uma nova forma de comunicação na era industrial, e após a publicação de um livro sobre o assunto, *Les Affiches Illustrées*, em 1886, os pôsteres adquiriram respeitabilidade cultural e tornou-se moda colecioná-los.

Essas influências e técnicas se expandiram e também se tornaram

parte da maneira como os jornais, revistas, folhetos e livros eram produzidos.

#### 4 O filme



Corra, Lola Corra é um filme alemão dirigido por Tom Tykwer e tem como protagonistas Franka Potente (Lola) e Moritz Bleibtreu (Manni). O roteiro conta a história de uma mulher (Lola) que tem apenas vinte minutos para salvar a vida do namorado (Manni) que se colocou numa enrascada com chefões do tráfico de drogas. Assim ela corre pelas ruas de Berlim procurando ajudar Manni seja como for.

O filme retrata bem a lei da causa e efeito, onde pequenas mudanças causam grandes reviravoltas. Outra curiosidade é que o filme tem uma estrutura similar a jogos de *videogame* onde o jogador possui mais de uma vida e aprende com seus erros para vencer a fase. O filme de 90 minutos é dividido em três variações de vinte minutos do contexto principal, que após pequenas mudanças de atitude, uma nova versão se desenvolve.

*Corra Lola Corra* de 1998, foi dirigido por Tom Tykwer da Alemanha que também dirigiu *Wintersleepers – Inverno Quente* (1997), *A Princesa e o Guerreiro* (2000), *Paraíso* (2002), *Paris, eu te amo* (2006), *Perfume – A História de um Assassino* (2006); entre outros. O filme ganhou o prêmio de Melhor Filme Estrangeiro, no *Independent Spirit Awards*. Recebeu uma indicação ao *Grande Prêmio Cinema Brasil*, na categoria de Melhor Filme Estrangeiro, ganhou o prêmio da audiência no *Sundance Film Festival*. Franka Potente também gravou e compôs algumas músicas da trilha sonora de *Corra, Lola, Corra*. O filme também fez parte da *Mostra Panorama Mundial do Festival do Rio de 1999*.

## 5 Leitura geométrica

Segundo *Willians* (1995, p.14) em seu livro *design para quem não é designer*, existem quatro princípios básicos no *design* gráfico. São eles:

- a) Contraste;
- b) Repetição;
- c) Alinhamento;
- d) Proximidade.

### a) Contraste

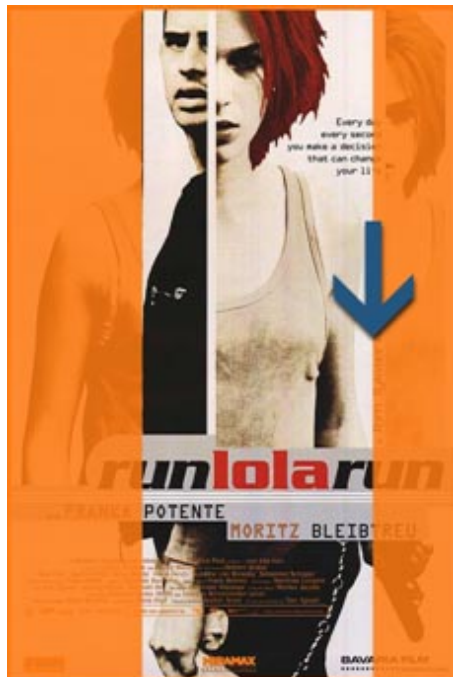
O contraste entre os elementos do *design* é um dos pontos-chaves de um excelente trabalho. Se entre os elementos houver apenas uma pequena variação, isso pode causar mais confusão do que ser reconhecido como um contraste. No contraste esses elementos devem ter uma boa diferença ou nenhuma. Por exemplo: podemos ter um contraste de cor, como, preto e branco ou amarelo e azul, ou ainda, podemos ter um contraste de tamanho entre um círculo pequeno e um círculo grande.

No processo de articulação visual, o contraste é uma força vital para a criação de um todo coerente. Em todas as artes, o contraste é um poderoso instrumento de expressão, o meio para intensificar o significado, e, portanto, simplificar a comunicação. (DONDIS – 1997, p. 108).



Na tarja azul, podemos ver o agrupamento do título do filme com o nome dos protagonistas do filme. Na verde foram agrupados os créditos e informações extras e, na vermelha, o logotipo das empresas relacionadas com o filme. Esses “blocos” fazem com que a informação fique organizada e de fácil visualização.

Outras observações:



O pôster é construído sobre uma forma assimétrica e equilibrada, de ângulos retos e leitura vertical, que segundo o movimento DeStijl condiz com a vitalidade, algo fortemente explorado no filme. Na parte central podemos ver que as duas personagens principais do filme têm destaque e que esses fragmentos de imagem fazem parecer que uma está intrínseca na outra, exatamente como na história do filme, pois Lola e Manni são namorados e o roteiro conta uma situação que acontece na vida deles.



E essa situação acontece três vezes, cada uma de maneira diferente, cada uma com uma pequena alteração feita por Lola que muda o trajeto da história, assim representado nos três retângulos acima, com três fragmentos diferentes, sob pontos de vista diferentes.



Outro ponto que podemos observar é o fragmento retangular de Manni, o objetivo de Lola. Ela passa o filme todo correndo para tentar salvá-lo. Podemos até notar na expressão facial de Manni, que ele está “recuado” e com uma inclinação introspectiva, assim como alguém pedindo ajuda.



Nos fragmentos de Lola, podemos notar que ela tem uma postura mais frontal, inclinada para frente com o braço esquerdo voltado para trás e o braço direito voltado para frente indicando movimento, o que demonstra que ela está a caminho.





Na parte de baixo podemos encontrar um elemento em comum na história da vida deles, o motivo de tanta correria, que a cada nova decisão de Lola o ato e o desfecho da vida de Manni se alteram. Podemos também observar, que é difícil saber quem segura à arma.

## 6 Tipografia

Para Hurlburt (1986, p.98) “a tipografia sempre foi o principal elemento da página impressa”. E nos dias de hoje a palavra continua como um ponto prioritário no *design* gráfico, mesmo num anúncio onde as palavras claramente têm um segundo foco, elas são importantes e essenciais para uma complementação e compreensão da mensagem. Invariavelmente o uso da tipografia é a forma mais direta de comunicação, e saber como trabalhar com elas é imprescindível para um *designer*.

Utilizar apenas uma família de fonte é algo comum e livre de qualquer “ruído” visual, mas combinar fontes diferentes é o que faz um *design* gráfico se destacar e despertar o interesse pela leitura da informação.

Ainda segundo, *Williams* (1995, p. 75), os tipos têm três classificações distintas:

- a) Concordante;
- b) Conflitante;
- c) Contrastante.

**a) Concordante**

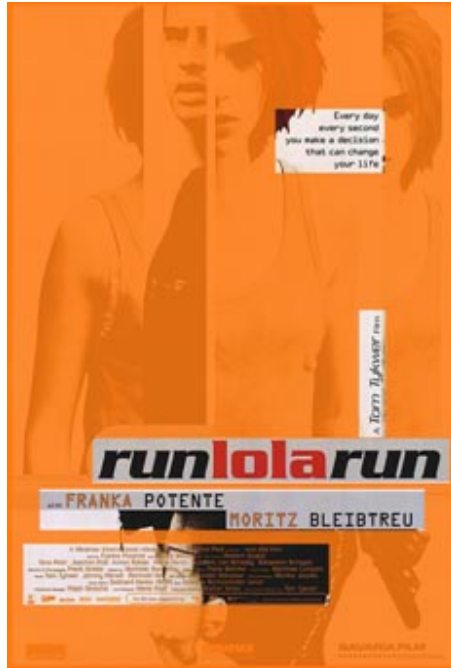
A tipografia concordante é a mais básica das três, ela é reconhecida quando usamos apenas uma família de uma fonte. Ela geralmente não utiliza uma grande diferenciação de tamanhos ou estilos. É caracterizada por seu uso em livros, jornais e artigos acadêmicos.

**b) Conflitante**

É a tipografia a ser evitada, pois ela causa confusão para o observador. Quando usamos fontes similares umas das outras elas não se distinguem plenamente, a impressão que se tem é que há algo errado, que as fontes parecem distorcidas.

**c) Contraste**

Assim como nas formas e cores, o contraste de fontes é o que causa a admiração por parte do observador. Conforme *Williams* (1995, p. 75) “Os *designs* visualmente interessantes que costumam atrair sua atenção têm, em geral, bastante contraste e os contrastes são enfatizados”.



Podemos notar que a tipografia presente neste pôster utiliza várias famílias de fontes, mas de alguma forma nada parece fora do lugar. Isso porque temos contraste entre as fontes e os seus blocos de informação. Temos uma família para o título, uma para os protagonistas, uma para os créditos, outra para o nome do diretor e outra para a frase de efeito.

Conseguimos ainda observar, por exemplo, o contraste de tamanho e de cor no nome dos protagonistas e de tamanho no nome do diretor.

O fato de não haver dissonância num caso desses é que nenhuma fonte é similar à outra, ou seja, uma não causa interferência na outra.

## 7 Categoria de tipos

Apesar de hoje existirem centenas de famílias de fontes diferentes podemos segundo Williams (1995, p. 83), classificá-las em seis principais grupos:

- a) Estilo Antigo;
- b) Moderno;
- c) Serifa Grossa;
- d) Sem serifa;

- e) Manuscrito;
- f) Decorativo.

### **a) Estilo Antigo**

O estilo antigo é baseado nos escribas e nos escritos dos antigos romanos, é caracterizado pelas serifas.

Até hoje ainda se questiona a origem das serifas. Seriam elas resultantes de traços a pincel utilizados para desenhar letras no mármore, antes de cinzentá-las? Ou seriam criadas pelo próprio cinzel, como marcas para início e fim das incisões? Outras questões, hoje colocadas com maior frequência e mais relevantes para os *designers*, dizem a respeito à necessidade ou não, à valia ou não da permanência desses apêndices tipográficos no *design* gráfico contemporâneo. (HURLBURT, 1986, p. 104)

Embora antiga seja sua concepção, o Estilo Antigo é ainda hoje o mais indicado para a leitura de grandes blocos de textos, como as matérias jornalísticas em revistas e jornais porque criam um esboço de linha na sucessão das letras, auxiliando na leitura.

### **b) Estilo Moderno**

O estilo moderno da tipografia foi a mania de uma mudança de época, assim como as roupas e os objetos mudam com os anos assim também fazem os tipos. Ele é caracterizado por suas serifas retas e seu alto contraste entre linhas grossas e finas, além de possuir um ar elegante e distante.

### **c) Serifa Grossa**

A serifa grossa foi uma solução que a propaganda achou para os problemas de visualização dos anúncios, como ele não possuía uma transição de linhas grossas e finas ele facilitava a leitura à distância. O tipo surgiu junto com a Revolução Industrial.

### **d) Sem Serifa**

Os tipos sem serifa (caracterizados por não possuírem as serifas) apresentam, geralmente, ângulos retos e só obtiveram notoriedade no início do século vinte. São boas para leitura de grandes blocos de texto

e apresentam certo estilo contemporâneo.

**e) Manuscrito**

O manuscrito é a classificação dos tipos que imitam a caligrafia humana, possui seus traçados curvos e muitas vezes estabelecem uma ligação entre um caractere e outro.

**f) Decorativos**

Os decorativos são os estilos mais adornados, com tantas variações que é impensável citar todos. Devem ser usados com cuidado e apenas, como sugere o nome, para decorações, títulos ou pequenas porções de palavras.



Os tipos presentes no pôster condizem com as teorias, podemos notar que nos maiores blocos de texto, estes são do grupo sem serifa e o estilo decorativo dos nomes das personagens são pouco usados, realmente caracterizados como “decoração”. O título do filme usa um tipo de serifa grossa que é facilmente lida à distância.

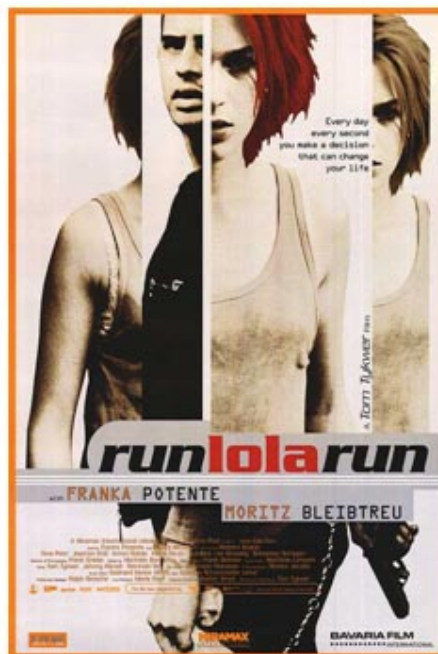


Outro fato a ser observado é no título, onde temos uma fonte em itálico na cor preta e outra regular em vermelho. A palavra *run* (correr em inglês) está inclinada para a direita e transmite junto com o seu significado a velocidade, uma constante no filme. Já a palavra *Lola* está em vermelho, o que enfatiza sua relação com a personagem, uma vez que *Lola* também tem cabelos vermelhos. É curioso notar que o próprio título, apenas palavras tipográficas, já nos fala como *Lola* se comporta no filme, ou seja, *Lola* corre o filme todo.

## 8 Cores

A cor é sem dúvida o elemento de *design* que mais transmite as sensações e mexe com o nosso emocional.

A cor está, de fato, impregnada de informação, e é uma das mais penetrantes experiências visuais que temos todos em comum. Constitui, portanto, uma fonte de valor inestimável para os comunicadores visuais, (DONDIS, 1997, p. 108).



Esse elemento traduz muito mais do que apenas um atrativo estético, ele possui força e significados próprios. Conforme os autores Farina, Perez e Bastos (2006, p. 05) “Nas artes visuais, a cor não é apenas um elemento decorativo ou estético. É o fundamento da expressão sígnica. Está ligada à expressão de valores sensuais, culturais e espirituais”.

Embora o pôster tenha poucas cores, as que ali estão presente são o suficiente para abranger todo o projeto. Além de uma questão de contraste para evidenciar o vermelho e o laranja a falta de cores pode nos dizer que o filme se encontra num ambiente urbano. E o laranja e o vermelho nos transmitem energia, emoção, fluxo, sangue.

O vermelho é um item que pode ser notado em vários momentos do filme, como o cabelo de Lola, o telefone da casa de Lola, seus momentos íntimos com Manni, a bolsa do primeiro assalto e mais uma gama de referências aqui e ali. Essa cor está relacionada com amor, erotismo, força, paixão. Vejamos outras associações possíveis à cor vermelha:

Associação material: rubi, cereja, guerra, lugar, sinal de parada, perigo, vida, Sol, fogo, chama, sangue, combate, lábios, mulher, feridas, rochas vermelhas, conquista, masculinidade.

Associação afetiva: dinamismo, força, baixeza, energia, revolta, movimento, barbarismo, coragem, furor, esplendor, intensidade, paixão, vulgaridade, poderio, vigor, glória, calor, violência, dureza, excitação, ira, interdição, emoção, ação, agressividade, alegria comunicativa, extroversão, sensualidade. (FARINA, PEREZ, BASTOS, 2006, p. 99).

Por isso Lola tem o cabelo vermelho, as maiorias dos adjetivos acima fazem parte do seu perfil psicológico – Vermelho é Lola.

O laranja é uma cor que condiz e reforça os conceitos significativos do vermelho, essa leitura é possível de acordo com as associações ao laranja.

Associação material: ofensa, agressão, competição, operacionalidade, locomoção, outono, laranja, fogo, pôr-do-sol, luz, chama, calor, festa, perigo, aurora, raios solares, robustez. Associação afetiva: desejo, excitabilidade, dominação, sexualidade, força, luminosidade, dureza, euforia, energia, alegria, advertência, tentação, prazer, senso de humor. (FARINA, PEREZ, BASTOS, 2006, p. 100).

Podemos concluir que não teria como ser diferente a escolha dessas cores para representar o filme, além de o laranja e o vermelho serem cores análogas e de proximidade de cor/luz.

## 9 Conclusão

O Objetivo desse trabalho foi demonstrar que a mensagem visual de um pôster de filme pode nos dizer muito sobre seu conteúdo.

Mostrou-se através da história e das teorias do *design* gráfico que a imagem tem esse poder. O poder de transmitir mensagens complexas e de uma forma objetiva. Uma das grandes vantagens de compreender as imagens é a possibilidade de transmiti-las globalmente<sup>4</sup>, ou seja, o indivíduo que recebe a mensagem pode ser de um país diferente, ter idade e culturas diferentes, a imagem tem a capacidade de transpor essas barreiras.

---

<sup>4</sup>É possível pensar essa conformidade de sentidos dentro da cultura ocidental. Ainda não se estudou suficientemente para propor sentidos efetivamente universais (ocidental e oriental).



Todos esses atributos são de grande importância para uma sociedade, as imagens são a forma mais antiga de comunicação dos seres humanos, são um elo entre nossa própria cultura e a nossa história. E nos dias de hoje, fazem toda uma diferença na maneira de chamar a atenção para um produto ou para um evento. Agências de propaganda, pintores, *designers*, arquitetos, tipógrafos e vários outros, tem uma grande ferramenta à mão, uma vez que podem transmitir pensamentos, conceitos e sensações através do *design*.

Assim, conclui-se que o design gráfico de fato pode transmitir um grande volume de informações, e que suas teorias se comprovam nessa demonstração, sendo importante para a publicidade, a propaganda e para os processos de comunicação em geral.

## 10 Referências

- ABREU, Karen Cristina Kraemer. *Anotações de orientação*. Lages/SC, orientações sobre monografia, 2007.
- HURLBURT, Allen Layout. *O 'Design' da Página impressa*. São Paulo: Nobel, 2002.
- MUNARI, Bruno. *'Design' e Comunicação visual*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- WILLIAMS, Robin. *'Design' para quem não é 'designer'*. São Paulo: Callis, 1995.
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- AZEVEDO, Wilton *O que é 'design'*. São Paulo: 1991
- FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. *Psicodinâmica das Cores em Comunicação*. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.
- HOLLIS, Richard. *'Design' Gráfico, Uma História Concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

HELLER Steven. *Linguagens do Design, Compreendendo o Design Gráfico*. São Paulo: Edições Rosari, 2007.

*Design gráfico*. Disponível em: <[www.designgrafico.com.br](http://www.designgrafico.com.br)>. Acesso em: agosto 2007.

*Destijl*. Disponível em: <[www.destijl.com.br](http://www.destijl.com.br)>. Acesso em: agosto 2007.

*Bauhaus*. Disponível em: <[www.bauhaus.de/english](http://www.bauhaus.de/english)>. Acesso em: agosto 2007.

*Run Lola run*. Disponível em: <[www.sonypictures.com/classics/runlola run/](http://www.sonypictures.com/classics/runlola_run/)>. Acesso em: agosto 2007.

*Run Lola run*. Disponível em: <[www.rottentomatoes.com/m/run\\_lola\\_run/](http://www.rottentomatoes.com/m/run_lola_run/)>. Acesso em: agosto 2007.

*Elementos estruturais em corra Lola corra*. Disponível em: <[www.overmundo.com.br/overblog/7-elementos-estruturais-em-corra-lola-corra](http://www.overmundo.com.br/overblog/7-elementos-estruturais-em-corra-lola-corra)>. Acesso em: setembro 2007.