UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA JÚLIO DE MESQUITA FILHO
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
BACHARELADO EM DESIGN GRÁFICO

BRUNO MAEL PAULINO

DESIGN GRÁFICO NOS QUADRINHOS:
ANÁLISE DO TRABALHO DE TOM MULLER EM HOUSE OF X/POWERS OF X

Bauru
2023

BRUNO MAEL PAULINO

DESIGN GRÁFICO NOS QUADRINHOS:
ANÁLISE DO TRABALHO DE TOM MULLER EM HOUSE OF X/POWERS OF X

Projeto de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de bacharelado em Design Gráfico, sob a orientação do Professor Dr. Maurício Elias Klafke Dick e coorientação do Professor M.e. Jorge Zugliani.

Bauru
2023

P328d

Paulino, Bruno Mael

Design Gráfico nos Quadrinhos : Análise do trabalho de Tom Muller em House of X/Powers of X / Bruno Mael Paulino. -- Bauru, 2023

144 p.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Design) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru

Orientador: Maurício Elias Klafke Dick

Coorientador: Jorge Otávio Zugliani

1. Design gráfico. 2. Design editorial. 3. Histórias em quadrinhos. 4. Estudo de caso. 5. House of X/Powers of X. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Maurício Dick, por ter aceitado me orientar e ter ajudado massivamente na concepção, desenvolvimento e aprimoramento deste trabalho.

Ao Prof. M.e. Jorge Zugliani por ter aceitado me co-orientar e também ser o professor que primeiro me lecionou a disciplina de Produção Gráfica I em 2019.

Aos professores Prof.ª Drª. Cássia Carrara Domiciano e Prof. M.e. Guilherme Contini, por aceitarem compor a banca de avaliação e pela leitura e contribuições ao trabalho.

Aos docentes, funcionários, amigos e colegas do curso de Design Gráfico da FAAC, pelos últimos 5 anos que passei nesta Universidade e curso.

Aos meus pais, Fabrina e Márcio, que sempre me apoiaram na minha educação, escolha de curso, escolha de universidade e na mudança para Bauru, assim como minha irmã Gabriela, meus avós, minha madrinha e todos os meus familiares.

À minha namorada Ana Beatriz Nóbrega por sua compreensão, paciência, motivação e apoio nos últimos meses e desde que estamos juntos.

Ao *designer* Tom Muller, por ser a inspiração e tópico deste trabalho. Ao roteirista Jonathan Hickman, por seu trabalho ter me atraído desde o primeiro quadrinho, e por me ter feito perceber a potência do design nos quadrinhos em 2019.

Aos diversos amigos e companheiros, seja presencialmente ou online, que compartilharam o hobby dos quadrinhos de super-heróis comigo ao longo dos anos.

Ao meu tio e padrinho, André, por ter me apresentado aos gibis na infância.

E claro, à UNESP Bauru, por tudo.

Muito obrigado de coração.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo compreender como o design gráfico contribui para os quadrinhos, a partir do estudo de caso da obra *House of X/Powers of X* da *Marvel Comics* e da análise do trabalho do *designer* belga Tom Muller. Para isso, foi feita uma contextualização teórica quanto aos quadrinhos norte-americanos, visando expor parte da história e do design da mídia nos Estados Unidos, e como o formato dos encadernados ou *graphic novels* impactaram o meio. Em seguida, é feita uma fundamentação teórica quanto aos fundamentos e elementos do design gráfico e editorial a serem discutidos no estudo da obra em si. Ao analisar *House of X/Powers of X,* é feita uma leitura visual do trabalho de Tom Muller tanto na versão encadernada capa dura quanto nas edições serializadas da obra. A análise é feita a fim de compreender os componentes visuais e elementos gráfico-editoriais presentes no quadrinho, bem como a materialidade física da publicação, partindo da fundamentação teórica feita anteriormente. Por fim, conclui-se o trabalho observando como o entendimento e aplicação de princípios do design gráfico e do design editorial são capazes de amplificar a forma de uma história em quadrinhos impacta o público leitor, além de se perceber como o trabalho de Tom Muller na obra cria um estilo distinto e efetivo em representar e comunicar a obra ao leitor.

Palavras-chave: design gráfico; design editorial; histórias em quadrinhos; estudo de caso; house of x/powers of x;

ABSTRACT

This paper aims to understand how graphic design contributes to comics, based on the case study of the comicbook House of X/Powers of X, from Marvel Comics, and the analysis of the work of the Belgian designer Tom Muller. With this goal, a theoretical contextualization was made regarding North American comics, aiming to expose part of the history and design of the media in the United States, and how the format of the graphic novels impacted the medium. Then, a theoretical foundation is made regarding the foundations and elements of graphic and editorial design to be discussed in the study of the comic itself. When analyzing House of X/Powers of X, a visual reading of Tom Muller's work is made, both in the hardcover and serialized editions of the comic book. The analysis is carried out in order to understand the visual components and graphic-editorial elements present in the comic, as well as the physical materiality of the publication, starting from the previously made theoretical foundation. Finally, this paper concludes by observing how the understanding and application of principles of graphic design and editorial design are capable of amplifying the way a comic book impacts the reader, in addition to perceiving how Tom Muller's work in the book creates a distinctive style that is effective in representing and communicating the book to the reader.

Keywords: graphic design; publishing design; comic books; case study; house of x/powers of x;

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Comparação entre os logotipos do Superman nas revistas Action Comics nº1, Superman nº1, Superman nº6 e Superman nº386 12
Figura 2 - Comparação dos logotipos de X-Men nas capas das revistas X-Men nº1, X-Men nº50 e New X-Men nº114 13
Figura 3 - Comparação entre as capas e páginas de abertura de House of X nº1 e Tony Stark: Iron Man nº14 14
Figura 4 - Comparação entre as capas das edições de Action Comics nº1 (à esquerda) e nº1036 (à direita) 21
Figura 5 - Comparação. entre as capas de More Fun Comics nº13, Detective Comics nº2, New Adventure Comics nº17 e Action Comics nº1 23
Figura 6 - Compilado de alguns logotipos criados por Ira Schnapp, em diferentes períodos, antes de sua saída da DC Comics em 1968 23
Figura 7 - Capas das edições Amazing Fantasy nº7, Amazing Fantasy nº15, Strange Tales nº89, Journey into Mystery nº83, Fantasic Four nº1, Amazing Spider-Man nº1, Doctor Strange nº169 e Journey Into Mistery nº104. 25
Figura 8 - Capas da revista Zap Comix nº0, nº2, nº4 e nº16, exemplificando como cada edição possuía um estilo de capa diferente. A Zap Comix foi criada em 1968 por Robert Crumb, o nome mais conhecido da cena dos comix 26
Figura 9 - Capas das revistas Creepy nº1, Famous Monsters of Filmland nº3 e Vampirella nº1, da Warren Publishing. e MAD nº102 da EC Comics 26
Figura 10 - Capas dos TPBs da Marvel na década de 1970: Origins of Marvel Comics, Bring on the Bad Guys, Marvel's Greatest Superhero Battles, Captain America Sentinel of Liberty, The Amazing Spider-Man e Silver Surfer The Ultimate Cosmic Experience 28
Figura 11 - Alguns logotipos desenvolvidos por Gaspar Saladino para a DC Comics entre os anos de 1968 e 1983 29
Figura 12 - Alguns logotipos de Gaspar Saladino na Marvel Comics 30
Figura 13 - Capa, folha de rosto, folha de título e crédito dos autores, folha de créditos gerais, página de agradecimentos e página de capa/abertura do primeiro capítulo de Watchmen, na primeira edição compilada de 1987 34
Figura 14 - Capa, folha de rosto, folha de título e crédito dos autores, folha de créditos gerais, página de agradecimento, páginas de introdução e página de capa/abertura do primeiro capítulo de Watchmen, na "New Edition" de 2019 35
Figura 15 - Capa, orelha, folha de título e ciração inicial da primeira edição do primeiro volume de Maus, de 1986 35

Figura 16 - Capa, verso, folhas de rosto, página de abertura e página de agradecimentos e créditos, da primeira edição de Maus - The Complete Story, de 2003 36
Figura 17 - As 4 qualidades essenciais da cor: matiz, temperatura, saturação e valor ….41
Figura 18 - Exemplos de formas circulares de diferentes escalas, que parecem menores ou maiores em relação à escala do formato em que se inserem. Formatos de escalas maiores fazem os elementos serem percebidos em escalas menores, enquanto um elemento cujo a escala e posicionamento "sai" do formato parece ter uma escala ainda maior, por se expandir para além dos limites do formato 42
Figura 19 - Exemplos do uso de diferentes formas para criar simetrias e assimetrias, que podem criar tanto equilíbrio quanto movimentos 43
Figura 20 - Características que determinam a classificação dos tipos 46
Figura 21 - Exemplos do uso de diferentes cores, tamanhos, pesos e alinhamentos para criar hierarquia dentro do layout de um texto 49
Figura 22 - Cores primárias aditivas (esquerda) e subtrativas (esquerda) 51
Figura 23 - Alguns logotipos criados por Tom Muller entre 2000 e 2011 53
Figura 24 - Capas de alguns trabalhos de Muller na Image Comics: The Weather Man, Days of Hate, Drifter, The New World, Snowfall, Blue in Green, ZERO, VS, Wolf, Motor Crush e Material 55
Figura 25 - Amostras de projetos gráficos dos trabalhos de Muller na Image Comics: The Weather Man, The New World, VS, Days of Hate e Drifter 55
Figura 26 - Exemplos de trabalhos de Massimo Vignelli, Wim Crouwel e Roberto Mango…….56
Figura 27 - Exemplos de trabalhos de Saul Bass 57
Figura 28 - Conjunto de capas das edições capa dura e serializadas de House of X/Powers of X 59
Figura 29 - Paleta de cores principal nos selos dos logotipos presentes nas capas das edições serializadas de House of X/Powers of X, assim como nas aberturas de capítulo da edição capa dura 59
Figura 30 - Cores adicionais que Muller utiliza nas aberturas de capítulo da edição capa dura ……60
Figura 31 - Figura 31 - Capa e Abertura de Capítulo das duas primeiras edições de House of X/Powers of X 61
Figura 32 - Logotipos das capas das 6 edições de House of X e das 6 edições paralelas de Powers of X 61
Figura 33 - Aberturas de Capítulos da versão encadernada 62
Figura 34 - Exemplos de páginas da obra com textos, tabelas e infográficos 62

Figura 35 - Paleta das cores utilizadas nos infográficos e páginas de texto do quadrinho……..63
Figura 36 - Exemplo do uso de cor em duas versões de um infográfico de linhas do tempo paralelas que aparecem em House of X/Powers of X 63
Figura 37 - Paleta de cores utilizada nos elementos adicionais da edição capa dura 64
Figura 38 - Sobrecapa, contracapa da sobrecapa, e partes da folha de rosto e da folha de título da edição capa dura de House of X/Powers of X 65
Figura 39 - Tipografias Helvetica Now Display XBold e Helvetica Monospaced, utilizadas por Tom Muller em House of X/Powers of X 65
Figura 40 - Capas e páginas internas de Nowhere Men (acima) e The Filth.....66
Figura 41 - Exemplos do uso das formas no projeto de House of X/Powers of X 68
Figura 42 - Exemplos do uso do X, em House of X/Powers of X 69
Figura 43 - Acima: Exemplos do uso de linhas horizontais nos grids de Muller grid de 4 colunas em páginas de texto ou citações; abaixo: Exemplos de páginas utilizando grids de 2, 3, e 4 colunas 70
Figura 44 - Exemplo dos grids modulares de Muller na sobrecapa, usando uma escala modular (1, 3, 4, 7, 11, 18, 19) e sua respectiva meia escala (2, 3,5, 5,5, 13, 23,5) 71
Figura 45 - Exemplos de páginas de texto de House of X/Powers of X 72
Figura 46 - Exemplos do uso de cores, formas e tipografias para criar hierarquia nos layouts de Muller para House of X/Powers of X 73
Figura 47 - Variações do Logo e o X propostos por Tom Muller em House of X/Powers of X ……..74
Figura 48 - Versões alternativas e anteriores do X proposto por Tom Muller 75
Figura 49 - Capas das edições originais de House of X e Powers of X ……..76
Figura 50 - Sobrecapa aberta da edição capa dura de House of X/Powers of X.....77
Figura 51 - Orelhas da sobrecapa da edição capa duraaberta da edição capa dura de House of X/Powers of X 78
Figura 52 - Capa, contracapa, lombada e parte interna da sobrecapa de House of X/Powers of X 79
Figura 53 - Páginas preliminares da edição capa dura de House of X/Powers of X, com a primeira página textual do quadrinho ao final no canto inferior direito 80
Figura 54 - Páginas duplas de abertura dos capítulos 5 e 6, e as demais páginas de abertura dos outros capítulos 82
Figura 55 - Páginas de abertura das edições nº1 de House of X e Powers of X 84

Figura 56 - Exemplo de duas páginas de citações de House of X/Powers of X 86
Figura 57 - Exemplos de outras páginas de texto ao centro da página, a direita a página do capítulo 8 intitulada "The Red Diamond", e a esquerda uma linha do tempo em texto do capítulo 6 87
Figura 58 - Exemplos de páginas de texto de House of X/Powers of X 88
Figura 59 - Exemplos de páginas utilizando texto junto a figuras, de House of X/Powers of X 89
Figura 60 - A esquerda à página dupla do capítulo 4 intitulada "Nimbus", e à direita a página dupla intitulada "The SInister Line", do capítulo 2 90
Figura 61 - Exemplos de páginas contendo textos e listas de informações.....91
Figura 62 - Exemplos de mapas, no topo um mapa do capítulo 1 exibindo a Ilha de Krakoa e um mapa mundi em menor escala, e abaixo um mapa do capítulo 9 exibindo um mapa mundi com alguns países destacados em vermelho 92
Figura 63 - Exemplos do uso de infográficos e diagramas em House of X/Powers of X....93
Figura 64 - A esquerda a última página de quadrinho antes da página à direita que precede a sequência de colagens digitais em página dupla 94
Figura 65 - Acima, a sequência de três páginas duplas que formam a colagem do capítulo 7. abaixo as duas páginas duplas principais da colagem citada em maior detalhe 95
Figura 66 - Foto das edições serializadas de House of X e Powers of X 97
Figura 67 - Fotos de páginas da edição capa dura 98
Figura 68 - Exemplos de páginas dos quadrinhos The Nightly News e Pax Romana……110
Figura 69 - Exemplos de aberturas de encadernado, aberturas de capítulo e infográficos em Secret Warriors e S.H.I.E.L.D 111
Figura 70 - Exemplos de aberturas de encadernado, aberturas de capítulo e infográficos em Avengers e New Avengers 112
Figura 71 - Exemplos de aberturas de capítulo, infográficos e páginas de texto em The Black Monday Murders 113
Figura 72 - Partes das Capas das edições X-Men nº1, X-Men nº42 e X-Men nº50 114
Figura 73 - Parte das Capas das edições X-Men nº60, Giant-Size X-Men nº1 e X-Men nº94.....115
Figura 74 - Partes das Capas das edições X-Men nº114 e Uncanny X-Men nº142 115
Figura 75 - Partes das Capas das edições X-Men nº135, X-Men nº141 e Uncanny X-Men nº176 116
Figura 76 - Partes das Capas das edições Uncanny X-Men nº198 e 251.....116

Figura 77 - Partes das Capas das edições Uncanny X-Men nº304, X-Men nº e Uncanny X-Men nº356 116
Figura 78 - Partes das Capas das edições X-Men Unlimited nº3, Uncanny X-Men nº319 e nº353 117
Figura 79 - Poster do Filme "X-Men" de 2000, e capas das edições Uncanny X-Men nº384 e X-Men nº106 117
Figura 80 - Capas das edições New X-Men nº114, 151 e 140 118
Figura 81 - Capas das edições Uncanny X-Men nº394. 396 e 407 119
Figura 82 - Partes das Capas das edições Uncanny X-Men nº442, X-Men nº157 e Uncanny X-Men nº444 119
Figura 83 - Partes das Capas das edições Uncanny X-Men nº475, X-Men nº188 e X-Men: Legacy nº208 120
Figura 84 - Exemplos de versões do redesign da linha X-Men por Rian Hughes.....120
Figura 85 - Partes das Capas de Uncanny X-Men (Vol.2) nº1, Wolverine and the X-Men nº1 e X-Men: Legacy nº260.1 121
Figura 86 - À esquerda esboços e outras versões do logotipo por Fletcher, à direita os logotipos de toda a franquia X-Men propostos por Fletcher 121
Figura 87 - Capas de All-New X-Men º1, X-Men: Legacy (Vol. 2) nº1 e Uncanny X-Men (Vol.3) nº1 122
Figura 88 - Capas de X-Men (Vol. 4) nº1, Amazing X-Men nº1 e Wolverine and the X-Men (Vol.2) nº1 123
Figura 89 - Partes das capas de Extraordinary X-Men nº1, All-New X-Men (Vol.2) nº1 e Uncanny X-Men (Vol.4) nº1 124
Figura 90 - Capas de X-Men: Prime (Vol. 2) nº1, X-Men: Gold (Vol. 2) nº1 e X-Men: Blue nº1.....125
Figura 91 - Parte das Capas de Astonishing X-Men (Vol. 4) nº1, X-Men: Red (Vol. 1) nº1 e X-Men: Blue nº19 125
Figura 92 - Capas de X-Men: Gold (Vol. 2) nº36, X-Men: Blue nº36 e Uncanny X-Men (Vol. 5) nº1 126

SUMÁRIO

1. Introdução 12
1.1. Objetivos 15
1.2. Justificativa 16
1.3. Procedimentos metodológicos 17
1.4. Delimitação 18
1.5. Estrutura do Documento 18
2. As Histórias em Quadrinhos 20
2.1. As HQs Norte-Americanos do gênero Super-Herói 20
2.2. O impacto das Graphic Novels nos quadrinhos 31
2.3. Considerações Parciais 38
3. Bases de Análise 39
3.1. Fundamentos do Design Gráfico 39
3.2. Elementos do Design Editorial 47
3.3. Considerações Parciais 52
4. Análise da Obra 53
4.1. A carreira de Tom Muller 53
4.2. Análise de House of X/Powers of X 58
4.2.1. Componentes Visuais 58
4.2.2. Elementos Gráfico-Editoriais 73
4.2.2.1. Elementos Extra e Pré-Textuais 74
4.2.2.2. Elementos Textuais 82
4.2.3. Materialidade 96
5. Conclusão e Considerações Finais 99
6. Referências 101
Apêndice A - Breve análise da produção de Jonathan Hickman.....110
Apêndice B - Análise Diacrônica da franquia X-Men 114
ANEXO A - Apresentação do TCC exibida para a Banca Examinadora 127

1. Introdução

Ao ler *Action Comics* nº1 de 1938, considerada o marco do nascimento dos super-heróis, logo na primeira página é possível ver o logotipo do herói *Superman* (primeira imagem na Figura 1). Com algumas alterações, esse logo estamparia a capa de *Superman* nº1 de 1939 (segunda imagem na Figura 1), mais tarde seria aprimorado em *Superman* nº6 de 1940 (terceira imagem na Figura 1) e mantido por décadas, até Superman nº386 de 1983 (quarta imagem na Figura 1). Era um logotipo composto de letras não serifadas, em blocos tridimensionais que diminuem de tamanho no sentido da leitura, comunicando a ideia de dinamismo e movimento. Sua principal influência vinha dos quadrinhos *pulps* das décadas anteriores, que também se utilizavam de logotipos similares em suas capas. Essas características dominariam os logos das franquias histórias em quadrinhos de super-heróis nas próximas décadas, e por consequência também poderiam ser vistas em animações e filmes do gênero.

Figura 1 - Comparação entre os logotipos do Superman nas revistas Action Comics nº1, Superman nº1, Superman nº6 e Superman nº386
Fonte: Adaptado de Joe Shuster (1939), Ira Schnapp (1939), Ira Schnapp (1940) e Marshall Arisman (1983)

Uma dessas franquias foi a dos *X-Men*, que estreou em *X-Men* nº1 de 1963 com um logotipo similar a esses preceitos (primeira imagem na Figura 2), mas que só teria sua mais famosa e duradoura marca cinco anos depois em *X-Men* nº 50 (segunda imagem na Figura 2). Com algumas variações de cor e tamanho, esse logotipo se manteve a marca dos X-Men até o ano 2000, quando a editora *Marvel Comics* utilizou um logotipo similar ao do filme homônimo, e ainda assim foi revertido ao original após três meses. Foi somente em 2001, em *New X-Men* nº 115, que o logotipo foi trocado por mais tempo. O novo logo (terceira imagem na Figura 2) consistia em um X

circunscrito, com *"New"* e *"Man"* respectivamente acima e abaixo do círculo, formando o título do quadrinho que poderia ser lido até mesmo de cabeça para baixo (graças às letras do título e a fonte escolhida). Não havia ângulo dinâmico ou bloco tridimensional, somente um leve contorno preto, e até mesmo o título da história e os créditos eram exibidos de uma maneira nova, colocadas respectivamente acima do logotipo (podendo variar para abaixo ou ao lado) e verticalmente na lateral esquerda da capa (com uma inspiração do design de lombadas de livros). Conjuntamente, a linha inteira de publicação dos *X-Men* se distanciou dos logotipos e *designs* tipicamente *pulps* dos quadrinhos.

Figura 2 - Comparação dos logotipos de X-Men nas capas das revistas X-Men nº1, X-Men nº50 e New X-Men nº114
Fonte: Adaptado de Sol Brodsky (1963), Jim Steranko (1968) e Richard Starkings (2001)

Essa fase, encabeçada por Grant Morrison e Frank Quitely, foi definida como um momento seminal da franquia pela Marvel Comics em 2019, como parte da divulgação de *House of X/Powers of X*. A ideia da editora seria utilizar fases e arcos marcantes dos *X-Men* para atrair a atenção do público para uma nova fase, que prometia ser tão seminal quanto suas antecessoras. E de fato foi, não somente em vendas e impacto na franquia como também na linha de publicação subsequente. O trabalho do *designer* Tom Muller em *House of X/Powers of X* foi sua base para um redesign completo de toda a linha editoral dos X-Men a partir da obra, e chegou a ganhar um capítulo à parte no livro *Marvel By Design* de 2021, livro oficial sobre a história do Design na *Marvel Comics* publicado pela editora *gestalten* e editado por Liz Stinson (STINSON, 2021). Para além da Marvel, Muller recebeu em 2021 um *Brand Impact Award* de Bronze na

categoria *Publishing* (CARSON, 2021) e um Prêmio de Excelência da revista *Communication Arts* em seu 11º Anual de Tipografia (Typeroom, 2021).

Ao observar como as primeiras edições de *House of X/Powers of X* se apresentavam (primeira e segunda imagem da Figura 3) em comparação aos outros quadrinhos lançados simultaneamente (terceira e quarta imagens da Figura 3), é possível ver um contraste considerável, em especial se tratando de publicações similares de editoras focadas em super-heróis como Marvel e DC Comics. O título do quadrinho era um mero texto em Helvetica ao redor de um X estampado na capa como um selo, e no interior da obra a arte sequencial estava lado a lado com páginas de texto, infográficos e uma linguagem própria do quadrinho, que se apresenta no início e no final de cada edição em caracteres formados por círculos e retângulos. Muller e Hickman trataram a obra mais como uma ficção científica com roupagem documental do que uma simples história de super-heróis.

Figura 3 - Comparação entre as capas e páginas de abertura de House of X nº1 e Tony Stark: Iron Man nº14

Fonte: Adaptado de Tom Muller e Pepe Larraz (2019); Carlos Lao e InHyuk Lee (2019)

Jobling (1996, p.3), define Design como “um meio de transmitir ideias através da justaposição ou integração da palavra e imagem em uma entidade holística”, enquanto Eisner (2008, p. 9) define quadrinhos ou “comics” como uma forma de arte sequencial, muitas vezes na forma de uma tira ou uma revista, em que imagens e texto são arranjados para contar uma história. Ainda no tópico do Design, mas se tratando especificamente de publicações, Hudson (1990 apud HENDEL, 2006, p. 152) ao falar sobre design de livros, defende que as decisões tomadas pelo *designer* devem “funcionar em conjunto para refletir algum aspecto importante do texto”. Portanto, a questão geral que se busca solucionar com este trabalho é: Quais são os elementos gráficos e os diferenciais explorados no trabalho desenvolvido por Tom Muller no design da história em quadrinhos *House of X/Powers of X*?

Nessa direção, objetiva-se compreender o trabalho do *designer* nesta obra, suas influências nos meios do design e dos quadrinhos e seu propósito no contexto da narrativa proposta pelo roteirista da série, Jonathan Hickman, cujo trabalho, porém, não será aprofundado.

1.1. Objetivos

Objetivo Geral:

- Compreender como o design gráfico contribui para inovação no contexto dos quadrinhos a partir do projeto do Tom Muller para *House of X/Powers of X*

Objetivos Específicos:

- Elucidar o contexto e a relevância do trabalho de Tom Muller e de *House of X/Powers of X* em meio à história do design nos quadrinhos norte-americanos;
- Compreender os princípios do design gráfico e editorial e como os mesmos podem impactar as histórias em quadrinhos;
- Identificar os componentes de apresentação estética, enquanto projeto de design, estabelecendo assim uma leitura visual do trabalho de Muller na obra *House of X/Powers of X.*

1.2. Justificativa

O presente trabalho pretende contribuir para os estudos de Histórias em Quadrinhos e Design Gráfico nas Histórias em Quadrinhos. Trata-se de um trabalho sobre Quadrinhos com enfoque no Design Editorial, propondo entender como o design gráfico pode contribuir para os quadrinhos e analisar os diferenciais do trabalho de Tom Muller na obra.

O impacto do trabalho de Muller e do escritor do quadrinho Jonathan Hickman, pode ser percebido ao observar alguns dos grandes nomes atuais dos quadrinhos norte-americanos e seus trabalhos após o lançamento de *House of X/Powers of X.* O crítico e jornalista de quadrinhos David Harper entrevista em seu podcast *Off Panel* diversos nomes do cenário de quadrinhos norte-americanos, abordando tanto seus trabalhos em editoras maiores como Marvel e DC Comics, como também suas obras independentes ou fora do gênero de super-herói. Ao entrevistar os roteiristas aclamados, que possuem trabalhos tanto em personagens como Batman e X-Men quanto quadrinhos "autorais" como Image Comics ou Boom! Studios, James Tynion IV (ganhador do prêmio Eisner de Melhor Roteirista em 2021 e 2022) e Kieron Gillen (também indicado ao Eisner e ganhador do *British Fantasy Awards* em 2020) ambos os roteiristas citam o trabalho desenvolvido em *House of X/Powers of X* como razão pelo qual seus quadrinhos conseguiram utilizar recursos como páginas de texto, infográficos e um estilo informativo-documental (HARPER, 2021, 2022). Gillen cita que em sua bibliografia fora da Marvel Comics é possível ver o uso de recursos comparáveis a *datapages*, como páginas de texto e edições estruturadas como revistas estilo *magazine*, porém só foi possível aplicar recursos similares na Marvel (em sua revista de Eternos) graças ao "espaço que Jon (Hickman) criou" (mesmo sendo algo recorrente na carreira do autor em questão), e que o mesmo "trabalhou seu caminho até a Marvel de fato contratar um *designer* para fazer *datapages*" (HARPER, 2021).

Portanto, esta pesquisa propõe a análise de *House of X/Powers of X* como uma obra seminal dos *comics mainstream* estadunidenses da última década, e a compreensão do trabalho do *designer* contemporâneo Tom Muller e seus diferenciais, para melhor entender como o influente trabalho realizado na obra se deu.

1.3. Procedimentos metodológicos

Este trabalho é uma pesquisa de abordagem qualitativa, onde foram realizados os procedimentos de pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Na pesquisa bibliográfica foram revisados o histórico das histórias em quadrinhos norte-americanas do gênero super-herói, o impacto das graphic novels nos quadrinhos, conceitos relacionados aos fundamentos do design gráfico, assim como os elementos do design editorial, a fim de estabelecer as bases de análise do trabalho de Tom Muller.

Especificamente quanto ao design gráfico, são tratados os conceitos de composição, cores e tipografia presentes nas capas, logotipos, aberturas de capítulos e infográficos da obra. Samara (2010a; 2010b), Lupton (2008), Dondis (2000), Ambrose e Harris (2012) são as referências utilizadas quanto aos fundamentos sintáticos do design, composição, cor e tipografia. Também são estabelecidos os referenciais teóricos e bases de análise do presente trabalho quanto aos elementos do Design Editorial ou Design de Publicações. Além de Samara (2011), os autores Haslam (2010) e Haluch (2013) também são utilizados como referência quanto aos elementos do design editorial, estrutura, formato, e produção gráfica.

O estudo de caso, por sua vez, se deu por meio da análise da obra *House of X/Powers of X* e teve por objetivo compreender como o *designer* Tom Muller transmite e integra a forma (*design*) da obra com seu conteúdo (a narrativa proposta por Hickman). Para tal, foram feitas análises gráficas do trabalho de Tom Muller tanto na edição capa dura lançada em dezembro de 2019, quanto nas 12 edições originais publicadas entre julho e outubro de 2019 (*House of X* nº1-6 e *Powers of X* nº1-6) , buscando interpretar seus elementos a partir dos fundamentos do design editorial e do design gráfico, levantados na pesquisa bibliográfica.

1.4. Delimitação

Esta monografia aborda a história em quadrinhos *House of X/Powers of X*, lançada entre julho e outubro de 2019, e sua compilação encadernada lançada em dezembro de 2019. O tópico da pesquisa é o trabalho do *designer* Tom Muller, mas também é abordada a sua relação com o roteiro do autor Jonathan Hickman (cujo trabalho, porém, não é analisado com profundidade). Não é abordado o conteúdo da história em si a fundo, somente quando os elementos narrativos são necessários para a análise do design da obra, ou quando o mesmo é de fato um elemento narrativo (a exemplo de infográficos e citações).

Não são tópicos da pesquisa o trabalho realizado pelos artistas Pepe Larraz e R. B. Silva, pelos coloristas Marte Gracia e David Curiel, pelo arte-finalista Adriano Di Benedetto e pelos editores de quadrinhos Jordan D. White e Annelise Bissa. O letrista Clayton Cowles também não é o foco deste trabalho, visto que o *lettering* realizado pelo mesmo contempla principalmente os balões de fala e recordatórios do quadrinho em si, e não o trabalho tipográfico realizado nas capas, páginas de texto, infográficos, páginas de abertura, páginas de citações, páginas entre capítulos e colagens contidas na obra, que são de fato os objetos a serem analisados. Em suma, este trabalho parte de uma separação entre a história em quadrinhos em si e os elementos acessórios ao seu redor, investigando os recursos gráficos presentes no design da obra, como estruturação, diagramação, tipografia, infografia e paleta de cores.

1.5. Estrutura do Documento

Este trabalho está dividido em cinco capítulos, tratando respectivamente de uma introdução, uma contextualização sobre a História dos Quadrinhos, a apresentação das bases do Design Gráfico e Editorial da análise, e por fim a análise da obra em si, seguida das considerações finais.

Após o capítulo introdutório, no segundo capítulo, é apresentado um breve contexto histórico sobre os quadrinhos norte-americanos, o design gráfico na área e o nascimento das *graphic novels,* com o intuito de elucidar como as *graphic novels* mudaram o design dos *comics* e a importância dessa mudança nas obras posteriores. Já o terceiro capítulo elucida o referencial teórico da análise realizada, apresentando os princípios das técnicas do design gráfico, como também do design editorial.

O quarto capítulo trata da análise desenvolvida neste estudo, se aprofundando na compreensão da estética, elementos gráficos e os diferenciais do trabalho desenvolvido por Tom Muller em *House of X/Powers of X*. Inicialmente apresenta um breve histórico da carreira de Muller com o intuito de elucidar os trabalhos pregressos de Muller com quadrinhos. A partir desse histórico, são exploradas as influências do *designer* dentro e fora do meio dos quadrinhos e a relação entre o design e o conteúdo da obra, e em seguida é apresentada a análise do quadrinho em si.

Por fim, o quinto capítulo traz as considerações finais desta monografia, seguido das referências utilizadas e dois apêndices. No Apêndice A é apresentada uma breve contextualização da carreira e produção do autor Jonathan Hickman, enquanto no Apêndice B é feita uma análise diacrônica da franquia X-Men quanto ao design, especificamente de suas capas e logotipos.

2. As Histórias em Quadrinhos

Este capítulo aborda os quadrinhos norte-americanos, também chamados de *comics*, especificamente de super-herói, que por serem o gênero mais difundido e massificado podem ser classificados como *mainstream*. Para discutir o *design* nestes *comics*, primeiro é necessário contextualizar e examinar a história desse recorte dos quadrinhos nos Estados Unidos. Como parte dessa contextualização, está o surgimento e popularização das chamadas *graphic novels*, um dos mais importantes fenômenos dos quadrinhos no século passado e também um marco para a aplicação do design na área.

2.1. As HQs Norte-Americanos do gênero Super-Herói

Segundo Lopes (2009, p. xiii) os quadrinhos americanos podem ser divididos em duas “Eras”: a Era Industrial, a partir de meados da década de 1930 até a década de 1980, e a Era Heróica, a partir da década de 1980. Apesar do uso da palavra "Heróico", Lopes (2009) não se refere aos super-heróis e sim ao acadêmico francês Pierre Bourdieu, que usou o termo para definir o período da literatura francesa onde os escritores teriam atingido “princípios de autonomia”, se referindo ao desprendimento de práticas, lógicas e valores de mercado como “regras da arte”. Em termos de quadrinhos, tal Era se deu tanto a partir de obras do *underground* como Maus de Art Spiegelman, quanto obras de editoras *mainstream* como Watchmen. Estes marcos, porém, foram parte de um processo histórico e não um fenômeno isolado. O presente capítulo, então, trata destas duas eras dos *comics*, partindo da definição de Lopes (2009) com o intuito de separar os *comics* entre antes e depois das *graphic novels*. Outros autores partem de outras definições que reforçam as contribuições das décadas anteriores no processo histórico, porém esta definição será o ponto de partida justamente pela perspectiva do design na área.

As histórias em quadrinhos norte-americanas como conhecemos, segundo Lopes (2009, p. 2-3) nasceram em meados da década de 1930 e foram influenciadas por três outros meios populares no começo do século XX: as revistas *pulp*, as tiras de jornal e as animações. Para além da linguagem e estilo, as tiras e *pulps* também moldaram a forma de produção e publicação dos *comics*, que partiram de uma produção de baixo custo a partir da impressão em papéis de baixa

qualidade e a publicação em bancas de jornal. Pode-se dizer que os comics e os jornais andaram lado a lado, não só em produção e publicação mas também quanto aos profissionais envolvidos (REED, 2006a). As revistas *pulps* também influenciaram o tamanho dos *comics* naquela época, que tinham 190 x 260 mm.

Figura 4 - Comparação entre as edições de Action Comics nº1 (à esquerda) e nº1036 (à direita). Fonte: Adaptado de Ira Schnapp e Joe Shuster (1938); Darran Robinson e Daniel Sampere (2021)

Pelo ponto de vista do Design, também é importante ressaltar que neste período, como cita Lopes (2009), quantidade e velocidade eram os objetivos primários das editoras, ou seja, os trabalhos que posteriormente seriam realizados por profissionais específicos (*designers*, letristas, arte-finalistas e etc) eram realizados majoritariamente pelo próprio artista das revista junto aos editores. Ainda se tratando das *pulps*, sua influência nos *comics* também se mostra no design, especificamente, nos logotipos das revistas e no layout de capas, como cita Porto:

> As ilustrações de ambos os tipos de capas [...] faziam uso de texturas e cores realistas para auxiliar o leitor a aceitar como possível o que o texto fantástico descrevia, convencendo-o da ameaça iminente de alienígenas cruéis, criminosos asquerosos ou bestas selvagens. [...] Observa-se na composição das capas das revistas em quadrinhos de Aventura, Crime e Ficção Científica – e futuramente nas de Super-Herói –, publicadas nos anos 1930, uma intenção de replicar esses mesmos princípios, embora com resultados distintos: as ilustrações se diferenciavam daquelas observadas nas capas das pulps pela ausência de realismo, refletindo a arte encontrada em suas páginas internas (PORTO, 2017, p. 31-32).

E sobre a natureza dos logotipos presentes nas capas de quadrinhos e revistas em geral, Klein (2007a) diz:

> O conceito de logotipo de revista certamente não é novidade, elas (as editoras) precisavam deles desde o início. As histórias em quadrinhos também tinham logotipos coloridos, geralmente em uma caixa de texto separada com alguns dos personagens. O objetivo de um logotipo de quadrinhos, como o de qualquer logotipo de revista, é atrair o leitor e ajudar a vender a revista. Como os quadrinhos eram tradicionalmente vendidos em prateleiras nas bancas de jornais, [...] onde muitas vezes apenas a metade superior do quadrinho era visível, o logotipo tradicionalmente preenchia o terço ou quarto superior da capa com letras grandes, em negrito e coloridas, projetadas para atrair crianças e outros leitores. Letras vermelhas, laranjas, amarelas ou brancas com contornos pretos grossos eram as mais comuns. Com o desenvolvimento dos quadrinhos, algumas empresas tentaram manter seus logotipos em um estilo similar, para ajudar a promover sua linha de quadrinhos (KLEIN, 2007a).

É neste contexto que o personagem Superman e o gênero de super-heróis nasce em Action Comics nº1, publicado pela National Comics em 1938. A partir do sucesso do Superman, as editoras da época continuaram a investir cada vez mais no gênero de super-heróis. Em 1943, 36 editoras diferentes publicavam quadrinhos do gênero, e alguns personagens tiveram programas de rádio, tiras de jornal e filmes sequenciais (BENTON, 1989, p. 176).

No campo do design, o grande nome do período especificamente nos super-heróis seria Ira Schnapp, responsável pelos logos da National Comics (futura DC Comics) que começou a trabalhar com quadrinhos em 1934. Segundo Reed (2006, 2008), seus primeiros trabalhos foram *New Comics* (ou *New Adventure Comics*), *More Fun Comics*, *Detective Comics* e finalmente em 1938 a já citada *Action Comics.* Apesar destes quadrinhos terem títulos e temáticas diferentes, Schnapp unificou as capas das publicações através do retangulo de texto carregando o título, o posicionamento de preço, número data nas capas, e a icônica tipografia do título “comics” em todos os gibis em questão (Figura 5).

Figura 5 - Comparação entre as capas de More Fun Comics nº13, Detective Comics nº2, New Adventure Comics nº17 e Action Comics nº1 Adaptado de Ira Schnapp (1936, 1937 e 1938)

Figura 6 - Compilado de alguns logotipos criados por Ira Schnapp, em diferentes períodos, antes de sua saída da DC Comics em 1968 Fonte: Reed (2006d).

.Em 1944, se inicia a "segunda onda" de quadrinhos de super-herói, impulsionada por conteúdos em outras mídias e incertezas quanto ao mercado, que fizeram editoras focarem mais em super-heróis (LOPES, 2009, p. 22-24). O sucesso especificamente dos supers, porém, começou a sofrer um declínio a partir de 1947 (BENTON, 1989, p. 43), e as editoras logo voltaram a investir em outros gêneros como crime, *western* e romance. Por fim, já no início da década de 1950 as temáticas terror, ficção científica e guerra também encontraram sucesso. Em meio à queda dos heróis e ascensão de outros gêneros, se iniciam pressões conservadoras sobre os quadrinhos, com conteúdos propagando que eles incitavam violência, crime e depravação, exigindo regulação ou censura (BENTON, 1989, p. 45).

A insatisfação de parte do país só cresceu, passando por queima e banimento de revistas (HAJDU, 2008, p. 108, 116) até chegar ao seu ápice na publicação de “A Sedução do Inocente” e a criação do *Comics Magazine Association of America*. Segundo Lopes (2009, p.31, 56) a implementação do *Comics Code Authority* pelo *CMAA* marcou o fim do primeiro período da Era Industrial dos quadrinhos, com a regulação e a censura implementadas empurrando o mercado para um declínio. As vendas dos quadrinhos caíram pela metade, e grande parte das novas editoras fecharam em 1958, que Benton (1989, p. 53–58) vê como o ponto baixo do colapso.

Porém, no final da década de 1950 se iniciou a reintrodução e repopularização dos super-heróis. Enquanto a maioria das editoras dos EUA lutava para sobreviver, algumas editoras começaram a encontrar sucesso no período (LOPES, 2009, p. 61). A National Comics investiu em reinvenções de personagens antigos e impulsionou a criação da Liga da Justiça, que se mostrou um sucesso expressivo. Neste contexto, o *designer* Ira Schnapp continuou marcando a história dos *comics* não só em Superman, mas em uma gama enorme de títulos como Flash, Lanterna Verde e Liga da Justiça, até sua saída da editora em 1968 (REED, 2006c e 2006d). Na mesma década, a editora Timely foi renomeada como Marvel Comics. e mudou os quadrinhos americanos para sempre graças a nomes como Stan Lee, Jack Kirby e outros. A partir da criação do Quarteto Fantástico, a editora utilizou tanto títulos antológicos[1] e títulos solo[2] para introduzir novos personagens, quanto lançou revistas já carregando o nome de heróis como *The Incredible Hulk* e *Avengers*. Segundo Lopes (2009, p. 65) o grande diferencial do público da editora era o crescente distanciamento com o público infantil, se aproximando do público de adolescentes e jovens adultos.

Se tratando da Marvel, Sal Brodsky foi o *sketch-designer* responsável pela maioria dos logotipos das primeiras revistas da editora (KLEIN, 2009a), enquanto o calígrafo Artie Simek era responsável por sua finalização. Um aspecto interessante dos logotipos da Marvel é que muitos deles remetiam à revistas anteriores (Figura 7), como *The Amazing Spider-Man, que* mantém o adjetivo *Amazing* da revista *Amazing Fantasy* no nome, e usa uma tipografia similar no logotipo curvado.

[1] Revistas em formato antologia, esta que é uma obra composta por uma coleção de histórias, de diversos autores, porém sobre uma única temática, ou produzidas em um mesmo período histórico. (LOUREIRO, 2021; COOKE, 2019)

[2] Revistas protagonizadas por um personagem que estampa sozinho o título da revista; que não são revistas de duplas, grupos ou antologias (O’NEIL,2017; HECK, 2018)

Figura 7 - Capas das edições Amazing Fantasy nº7, Amazing Fantasy nº15, Strange Tales nº89, Journey into Mystery nº83, Fantasic Four nº1, Amazing Spider-Man nº1, Doctor Strange nº169 e Journey Into Mistery nº104. Fonte: Adaptado de Marvel Database (2022).

Paralelamente ao retorno dos super-heróis no mercado americano e as regulações da *Comics Magazine Association of America*, a década de 1960 também foi marcada pela “febre dos quadrinhos” na Europa e o movimento dos quadrinhos *underground* (os *comix*) nos EUA, que fugia das regulações e encontrava um público mais nichado (Figura 8). Enquanto na Europa se via um movimento de valorização e legitimação cultural dos quadrinhos, nos Estados Unidos o movimento *underground* se posicionava como contracultura, como explica Carvalho:

> Ao desafiarem as visões higienizadas e valores da classe média, ofereciam ao público paródias e sátiras da mídia e dos costumes sociais como alternativa ao que se consumia na época; por não estarem subjugados ao código ou a necessidade de alcançar um público amplo, os quadrinistas underground tinham a vantagem de uma liberdade artística quase irrestrita. Os "comix", como ficaram conhecidos os quadrinhos desse movimento, se tornaram a principal válvula de escape para os artistas inovadores e rebeldes que agiam contra as regras do CCA, expandindo os limites daquilo que se entendia por quadrinhos. (CARVALHO, 2017, p. 83-84)

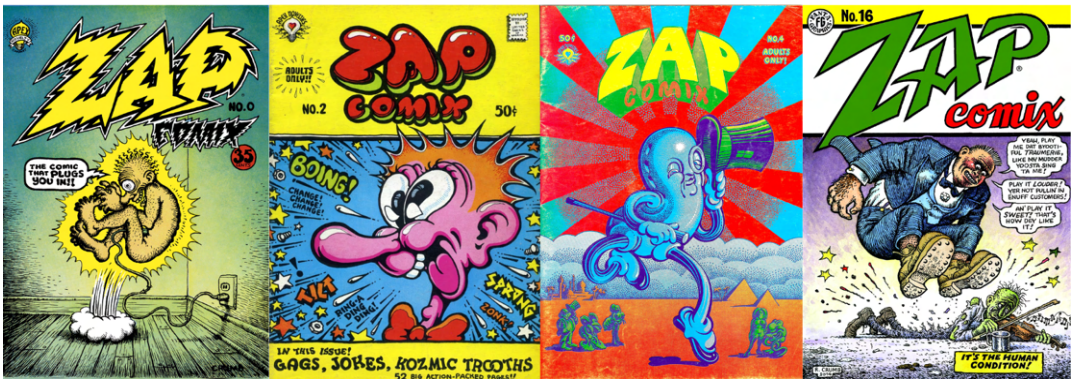


Figura 8 - Capas da revista Zap Comix nº0, nº2, nº4 e nº16, exemplificando como cada edição possuía um estilo de capa diferente. A Zap Comix foi criada em 1968 por Robert Crumb, o nome mais conhecido da cena dos comix.
Fonte: Adaptado de Comic Vine (2020)

Nesse contexto, no meio da década de 1960 outras editoras começaram ou voltaram a publicar super-heróis (Benton 1989, p. 66–70). Porém, ainda havia outros gêneros em outras editoras e editoras inspiradas pelos quadrinhos pré-regulação, à exemplo da *Warren Publishing* que publicou revistas como *Creepy* e *Vampirella*. Nesse campo, a revista *MAD* também foi um grande nome dos quadrinhos fora do *CCA* (Figura 9).

Figura 9 - Capas das revistas Creepy nº1, Famous Monsters of Filmland nº3 e Vampirella nº1, da Warren Publishing. e MAD nº102 da EC Comics
Fonte: Adaptado de ComicVine (2011)

Apesar da alta dos super-heróis até então, Benton (1999, p. 70) posiciona 1967 como “o começo do fim”, pois a maioria das revistas deste ano tiveram vendas abaixo do anterior. Até a virada da década a indústria foi marcada por queda de vendas, aumento de preços, diminuição de páginas e falta de novos títulos e personagens de sucesso. Em 1971, a indústria *mainstream* de quadrinhos nos EUA era composta por menos de 200 pessoas, em seis editoras, com vendas anuais de prováveis 200 milhões de cópias (LOPES, 2009, p. 67-68).

A década de 1970, apesar do início conturbado, se mostrou uma era de renovação e evolução (mesmo com a cena *underground* perdendo força no meio da década) e pode se posicionar como a transição entre o crescimento dos super-heróis e *comix* da década anterior, e o amadurecimento destes movimentos da seguinte. Segundo Carvalho (2017, p. 91), o movimento intelectual europeu e o *underground* americano pavimentaram o processo de legitimação cultural dos quadrinhos. Neste cenário de crise e transição, as editoras de super-heróis apostaram em escritores mais jovens e próximos de seu público alvo, tornando-as mais "socialmente relevantes" (LOPES, 2009, p. 68-69).

Essa aposta gerou histórias envolvendo racismo, drogas e outros temas relevantes da época, bem como a criação de personagens negros, asiáticos e mulheres. Isso foi facilitado por uma versão mais "liberal" do *Comics Code Authority* introduzida em 1971, visando mais conteúdos "relevantes". Apesar de terem tido pouco resultado em vendas, o restante da década continuou marcada pelos temas sócio-políticos nos comics. Outro movimento advindo do novo *CCA* foi o retorno das histórias de terror. Já em 1974 o gênero de terror e monstros era o segundo maior do mercado (LOPES, 2009, p.71). Também se observa um crescimento de histórias influenciadas por quadrinhos pulp e até mesmo o retorno de alguns títulos e personagens antigos do *pulps*.

A década de 1970 também precedeu o sucesso das *graphic novels* da década seguinte com a popularização dos *trade paperbacks*[3]. Apesar da Marvel já republicar histórias na década anterior, foi nesta década que os *TPBs* não só tiveram mais sucesso e até mesmo uma história original, como a DC também investiu em republicar materiais antigos e revistas da época (CRONIN, 2019a e 2019b). Apesar do êxito de publicações como O*rigins of Marvel Comics* ou *Marvel's Greatest Superhero Battles,* os *TPBs* da década de 1970 sequer podem ser comparadas com o sucesso das *Graphic Novels* na década seguinte. Se tratando de design, é interessante observar como os primeiros *trade paperbacks* já se mostravam publicações diferenciadas em relação aos quadrinhos que os antecederam.

[3] Coleção de histórias em quadrinhos, originalmente publicadas em edições serializadas, impressas em capa mole ou cartão, geralmente apresentando uma minissérie, arco de histórias ou série de histórias com um arco/tema comum. Alguns se referem a eles como *Trades*, *TPBs* ou *Collected Editions* (PHOENIX, 2020, p. 4–12; VAN AS, 2020)

Figura 10 - Capas dos TPBs da Marvel na década de 1970: Origins of Marvel Comics, Bring on the Bad Guys, Marvel's Greatest Superhero Battles, Captain America Sentinel of Liberty, The Amazing Spider-Man e Silver Surfer The Ultimate Cosmic Experience. Fonte: Adaptado de Marvel Comics e Comic Book Resources (2019).

No caso da Marvel, graças à parceria com o selo *Fireside Books* da editora Simon & Shuster, esses encadernados possuíam capas diferentes dos quadrinhos comuns (Figura 10) com artes e tipografias originais, além de conteúdos como contracapas carregando sinopse, folha de guarda, folha de rosto, lombadas e biografias dos autores, às vezes até mesmo dedicatória e citações. Mesmo nesse início, é possível ver como os comics se aproximaram da produção literária através dos *trade paperbacks* e futuramente das *graphic novels.*

Figura 11 - Alguns logotipos desenvolvidos por Gaspar Saladino para a DC Comics entre os anos de 1968 e 1983
Fonte: Adaptado de DC Database (2022)

Nos quadrinhos mensais, após a saída de Ira Schnapp da *DC Comics* em 1968, o grande nome dos logotipos na editora foi Gaspar Saladino. Enquanto os logotipos de Schnapp eram caracterizados por linhas retas clássicas, os de Saladino (Figura 11) eram repletos de linhas irregulares e sombreamentos, dando texturas e peso. Segundo Reed (2008) Schnapp de certa forma criava logotipos de *"Establishment"*, enquanto Saladino criou logotipos de “contracultura”, justamente o que a nova década e o novo público exigiam (apesar de ainda criar logotipos em outros estilos). Sobre sua entrada no mercado americano e a importância de *designers* no meio, Klein (2007b) diz:

> Quando comecei [...] não havia verdadeiros designers de publicações em quadrinhos. Empresas como DC Comics e Marvel Comics tinham diretores de arte, mas seu trabalho geralmente consistia em trabalhar com os artistas existentes desenhando as histórias da empresa, especialmente na criação de capas, ajudando a resolver quaisquer problemas com a arte no processo de produção (como fazer mudanças complexas na arte) e encontrar novos talentos [...]. Nesse período intermediário do final dos anos 70 até meados dos anos 80, qualquer pessoa com um pouco de experiência em design gráfico era chamada para trabalhar em novos projetos. (KLEIN, 2007b)

Apesar de Saladino também trabalhar na *Marvel*, a dupla Brodsky e Simek continuou a desenvolver a maioria dos logotipos da editora. É interessante, porém, observar que ao contrário de boa parte do trabalho de Saladino na DC, onde linhas irregulares, sombras e texturas contrastavam com seu antecessor, na Marvel seus logotipos tiveram efeito oposto e trouxeram algumas ideias típicas de Schnapp.

Apesar de ainda utilizar suas técnicas características em outros trabalhos, o uso de linhas retas fortes, letras em negrito, simetria, arcos e extrusões tridimensionais marcou boa parte de seu trabalho na Marvel (exemplos na Figura 12), que não costumava ter logotipos com essas características em suas publicações.

Figura 12 - Alguns logotipos de Gaspar Saladino na Marvel Comics
Fonte: Adaptado de Marvel Database (2022)

A década de 1970 dos quadrinhos americanos chegou ao fim com tanto o *mainstream* quanto o *underground* perdendo força. As maiores editoras do mercado se mantinham saturando o mercado com títulos, entre 1975 e 1978 chegando a lançar quase uma centena de novos títulos no mercado, mas em 1978 essa estratégia colapsou e as editoras sofreram cortes massivos e cancelamentos (LOPES, 2009, p. 71-72). Mesmo saturando o mercado, Lopes aponta que entre 1962 e 1979 as vendas da editora líder do mercado cresceram somente 1,5 milhões, também consequência dos aumentos de custo de produção e distribuição. No fim da década e perto do fim da Era Industrial dos quadrinhos, a indústria teria como público somente uma parcela de crianças e adolescentes do sexo masculino (LOPES, 2009, p. 73).

Mesmo fora do mercado *mainstream* a situação dos quadrinhos *underground* também era complicada, como aponta Carvalho (2017, p.92-93) a derrocada das *headshops* americanas fez os *comix* perderem seu principal ponto de venda e

distribuição, enquanto a decisão da Suprema Corte Americana sobre conteúdo “obsceno” fez com que a produção e venda desse conteúdo se tornasse perigosa.

Apesar da dispersão do movimento *underground* também ter feito os *comix* perderem força, Carvalho aponta a importância desta dispersão para o futuro dos quadrinhos alternativos:

> Com isso, cada vez mais iam diminuindo os artistas que ainda focavam no sexo e no uso de drogas como temática, enquanto um grupo crescente de artistas com outros tipos de inspiração passava a reivindicar espaco com um padrao mais alto, buscando um novo direcionamento para os comix. Com isso, os quadrinhos alternativos, com suas raízes no movimento underground (HATFIELD, 2005, ix), passaram a ganhar destaque no universo dos quadrinhos estadunidenses. [...]
>
> A variedade de histórias em quadrinhos que começou a surgir dentro desse novo movimento encontrou uma nova audiência, diferente daquela que havia apoiado o underground, inclusive pela mudança na distribuição e venda desses novos quadrinhos alternativos. (CARVALHO, 2017, p.93)

2.2. O impacto das Graphic Novels nos quadrinhos

É justamente neste contexto de crise e transformações necessárias, que surge a *graphic novel* no meio dos quadrinhos norte-americanos. A *Graphic Novel*, segundo Van As (2020), é uma história em quadrinhos original de formato longo, que varia de 80 a 200 páginas em média. A *graphic novel* tornou-se um termo intercambiável que muitas vezes tem sido usado também para descrever coleções comerciais de quadrinhos no geral, como *trade paperbacks*. Por isso, eles também podem ser referidos como Original Graphic Novels (OGN) para definir que seu conteúdo não apareceu em nenhum outro lugar.

As atribuições de quanto à criação das *graphic novels* são quase que folclóricas no meio dos quadrinhos, com Will Eisner com sua obra Um Contrato com Deus de 1978 sendo amplamente difundido (até por si próprio) como o “criador” das *graphic novels*. Como citam Vergueiro (2009, p. 24-25) e Carvalho (2017, p. 111-112), Eisner não criou o termo ou publicou a primeira *graphic novel.* O termo em si surgiu na década de 1960 e era mais utilizado na Europa, inclusive se referindo a quadrinhos “alternativos” em relação ao *mainstream,* e autores como Harvey Kurtzman e George Metzger são alguns dos principais antecessores de Eisner na publicação de *graphic novels.*

Porém Eisner foi de fato o grande divulgador e popularizador do termo, não só por ser um artista renomado e influente no meio dos quadrinhos, mas também pelo artista propor a quebra de estereótipos quanto ao meio através das *graphic novels* (VERGUEIRO, 2009, p. 26). Eisner teve dificuldades em publicar sua obra pois queria publicá-la também em livrarias, ainda que com tiragens pequenas. Uma segunda publicação veio somente em 1985, e não só a demanda pela *graphic novel* cresceu neste tempo, como também seus leitores foram impactados pelas histórias e temas do autor (LEVITZ, 2015).

Apesar de Um Contrato com Deus não ter sido um sucesso imediato, aos poucos a obra e as ideias de Eisner se propagaram, e as *graphic novels* causariam um grande impacto na indústria na década de 1980, tanto nos quadrinhos *mainstream* quanto nos *undergrounds* ou alternativos. Quanto à essa popularização das *graphic novels* no mercado americano, ela se deu inicialmente através da republicação de quadrinhos serializados. *Maus* e *Watchmen*, duas das maiores graphic novels da década e de toda a história dos quadrinhos americanos, foram inicialmente publicadas em edições serializadas: *Watchmen* em 12 edições mensais lançadas pela DC Comics, e *Maus* nas edições da revista *RAW (LEVITZ, 2015; CARVALHO, 2017, p. 112-113).* Mesmo hoje em dia, uma grande parte do conteúdo de *graphic novels* norte-americanas é composto por edições de revistas mensais ou minisséries compiladas em um *trade paperback* ou encadernado capa dura (chamado de *hardcover*), com o termo *Original Graphic Novel (OGN)* sendo utilizado para definir as obras produzidas e publicadas originalmente neste formato.

Sobre o contexto da época que levou ao fenômeno das *graphic novels*, Levitz (2015) explica que no fim da década de 1980 as revistas em quadrinhos *mainstream* tinham um número cada vez menor de bancas de jornais conectando o público às editoras, e estas estavam afastando seus escritores e artistas. A criação e crescimento das lojas de quadrinhos ou *comic shops*, junto aos novos e aprimorados contratos, fez com que essa situação mudasse. Com o fim da exclusividade de Phil Seuling no mercado direto de distribuição em 1979 diversas novas distribuidoras entraram no mercado, e as editoras de quadrinhos iniciaram a década de 1980 com um crescimento inesperado de vendas, fazendo com que lojas especializadas em quadrinhos tomassem cada vez mais o espaço das bancas de jornal na venda dos *comics (LOPES, 2009, p. 100)*. Essas mudanças não impactaram somente as maiores editoras da época, segundo Lopes (2009) a explosão de vendas trouxe para

as lojas mais editoras independentes, como *First Comics, Capital Comics, Pacific Comics* e *Vortex*, materiais importados de fora dos EUA, como conteúdos da revista *2000 A.D*, e novas editoras alternativas como a *Fantagraphics*, que se mantém até hoje como um dos grandes nomes na publicação de quadrinhos fora do eixo *mainstream* no país.

Com isso, Petersen (2011, p 168) e Lopes (2009, p 101-104) argumentam que o aumento de editoras independentes e alternativas impulsionou as editoras maiores como Marvel e DC, não só a mudarem seus contratos para melhor beneficiar os criadores, como também a evoluir suas histórias na direção mais adulta e arrojada vista nos *comics* alternativos.

Apesar das grandes *graphic novels* de maior sucesso no mercado virem a ser publicadas somente após a metade da década de 1980, logo no início da mesma Marvel e DC Comics tentaram investir nesse tipo de publicação em coleções específicas com histórias originais nas proporções do formato *magazine*[4]. Entre 1983 e 1986 DC publicou 7 volumes da linha *DC Graphic Novel*, mas não obteve sucesso, enquanto a Marvel (após as publicações na *Fireside Books*) publicou entre 1982 e 1989 75 edições da linha *Marvel Graphic Novel*. Apesar da maior duração da sua linha de *Graphic Novels*, o maior sucesso da editora até então viria em 1984 com *X-Men: Dark Phoenix Saga,* que compilava o mais famoso arco das edições serializadas da revista *Uncanny X-Men.*

Mesmo com as publicações já citadas, foi somente em 1986 com a publicação do encadernado de *The Dark Knight Returns* de Frank Miller pela DC que o formato das *graphic novels* de fato impactou o mercado *mainstream* americano (CRONIN, 2019b). *The Dark Knight Returns,* ou simplesmente O Cavaleiro das Trevas, já havia sido publicada no mesmo ano em 4 edições igualmente bem sucedidas (PETERSEN, 2011, p 168), e o sucesso de Cavaleiro das Trevas impulsionou a DC a investir em mais histórias voltadas à um público mais maduro. Esse impulso gerou no mesmo ano a aclamada minissérie *Watchmen* de Alan Moore e Dave Gibbons, e no ano seguinte a edição encadernada de *Watchmen* atingiu um sucesso comercial e crítico ainda maior que sua antecessora (Figuras 13 e 14). Com a já citada publicação do primeiro volume de *Maus* também em 1986

[4] Tamanho e forma de histórias em quadrinhos determinados pelas proporções de uma página de jornal dobrada e grampeada, rende um livreto do tamanho aproximado de uma revista de banca de jornal (COUCH, 2000).

(Figuras 15 e 16), não é exagero afirmar que este foi um dos anos mais importantes dos quadrinhos, e um marco para as *graphic novels* (CARVALHO, 2017, p.93).

Em seguida, em 1987, a Marvel compilou as bem-sucedidas edições de Frank Miller e David Mazzucchelli no personagem Demolidor, no volume *Daredevil: Born Again*, tentando e conseguindo aproveitar o sucesso de Miller na editora rival, e em 1988 o novo editor-chefe da Marvel Tom DeFalco começou a publicar regularmente *graphic novels* compilando as mais recentes edições serializadas de suas principais revistas (CRONIN, 2019a). O sucesso de quadrinhos mais maduros e com apelo adulto (seja com teor sóbrio ou satírico) também atingiu as outras editoras do mercado americano, assim como a explosão de *graphic novels,* gerando uma variada gama alternativos de sucessos como *Love and Rockets* e *Teenage Mutant Ninja Turtles,* que na década seguinte não só continuariam a ser publicados mas também acompanhariam novas obras como *Bone, Eightball* e *Strangers in Paradise.*

Figura 13 - Capa, folha de rosto, folha de título e crédito dos autores, folha de créditos gerais, página de agradecimentos e página de capa/abertura do primeiro capítulo de Watchmen, na primeira edição compilada de 1987.
Fonte: Adaptado de DC Comics (1987)

Figura 14 - Capa, folha de rosto, folha de título e crédito dos autores, folha de créditos gerais, página de agradecimento, páginas de introdução e página de capa/abertura do primeiro capítulo de Watchmen, na "New Edition" de 2019.
Fonte: Adaptado de DC Comics (2019).

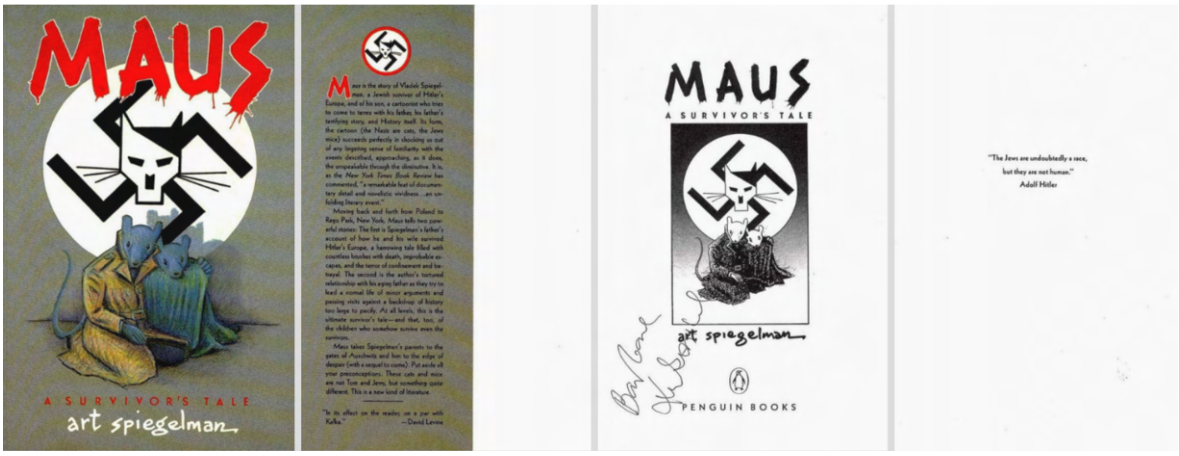


Figura 15 - Capa, orelha, folha de título e ciração inicial da primeira edição do primeiro volume de Maus, de 1986.
Fonte: Adaptado de Pantheon Books e Art Spiegelman (1986).

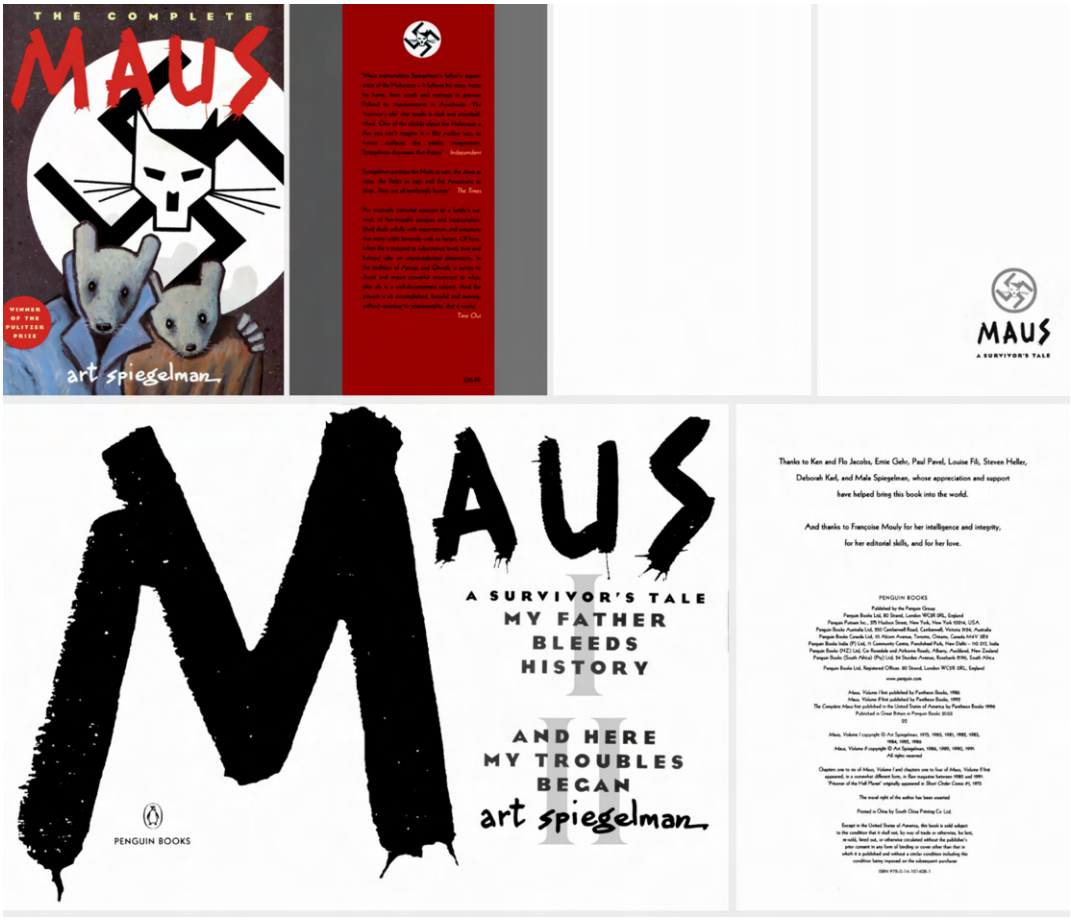


Figura 16 - Capa, verso, folhas de rosto, página de abertura e página de agradecimentos e créditos, da primeira edição de Maus - The Complete Story, de 2003.
Fonte: Adaptado de Pantheon Books (2003) e Art Spiegelman (2003).

Sobre o impacto das *graphic novels* como nova forma de publicação e nova denominação para os quadrinhos, Vergueiro diz que:

> A nova denominação ajudou a abrir as portas de outros espaços de comercialização e exposição para as produções quadrinísticas, elevando-as a um novo patamar no espectro das criações artísticas no último quarto do século 20 e início do século 21. Mais que isso: como formato de produção, as graphic novels tornaram possível quebrar a barreira entre os quadrinhos industrializados e os alternativos, criando condições para um mercado diferenciado, em que a qualidade artística, o aprofundamento psicológico, a ousadia do design e a complexidade temática passaram a ter seu valor melhor equacionado. Pode-se dizer que, a partir delas, as histórias em quadrinhos se firmaram como a 9ª Arte ou como Arte Seqüencial. (VERGUEIRO, 2009, p.27-28)

Como cita Vergueiro (2009) o novo formato permitiu um design mais ousado para as publicações, e é possível observar que as *graphic novels* por terem diversos elementos incomuns aos *comics* da época (contra capas, lombadas, apêndices, folha de guarda e etc) possibilitaram que seus *designers* tivessem mais espaço. Mesmo nas edições serializadas, é possível observar este impacto na evolução do design de publicações, e a variedade de temas e gêneros trazida pelas mudanças no mercado abriu portas para que o design também se tornasse mais variado como um todo, porém específico para cada obra. Sobre essa área Klein cita que:

> Então, o que significa um bom design de publicação nos quadrinhos? [...] Penso que significa unir os diversos elementos de uma página com um plano coeso. [...] Nos quadrinhos, uma boa arte é o ponto de venda mais forte, mas bons elementos de design certamente podem melhorar isso, e os ruins podem prejudicá-la. É importante escolher fontes que funcionem bem juntas e apoiem seu plano de design. Também é função dos elementos de design, como o logotipo e a cópia da capa (as palavras), informarem claramente a um comprador em potencial o que ele encontrará dentro do produto. Se não estiver claro, eles podem passar para outra coisa. Com design nos interiores para itens como artigos de texto e recursos que não sejam páginas de histórias, os mesmos princípios se aplicam, mas com ênfase em tornar a página clara e fácil de ler, envolvendo o leitor em vez de afastá-lo com layouts difíceis de decifrar e para ler o tipo. (KLEIN, 2007b)

A partir desta citação, pode se dizer que o design na publicação de quadrinhos é parte essencial da estética e da apresentação propostas por cada obra, e atua como "ponte" entre o público leitor e o conteúdo do quadrinho em si. A transição dos *comics* como entretenimento "barato" adjacente à publicação de jornais, para uma forma de narrativa artística culturalmente legítima e aproximada da literatura só foi alcançado graças aos fenômenos previamente citados, e Carvalho (2017, p. 118) cita que o desenvolvimento da rede de vendas para *comic shops* possibilitou possibilidades de produção que seriam impossíveis no sistema de distribuição de bancas de jornal. Como cita Klein:

> É claro que, na época, os quadrinhos eram amplamente considerados um meio descartável destinado principalmente às crianças. Mas isso estava mudando ainda naquela época, quando os editores começaram a atender aos fãs adultos e, logo, a compilar suas revistas em vários tipos de reimpressões em formato de livro. Quando eles entraram no novo território

> de produção de livros de fato, habilidades reais de design gráfico foram necessárias e as empresas começaram a contratar designers (KLEIN, 2007b).

2.3. Considerações Parciais

Examinando o panorama histórico dos quadrinhos norte-americanos e o surgimento das *graphic novels*, observa-se como o design e o *designer* se tornaram mais presentes no meio dos quadrinhos, graças ao processo histórico de afastamento da indústria de quadrinhos nos Estados Unidos de uma produção mais rápida e barata (tanto em preço quanto em reconhecimento), para uma produção mais detalhada e cuidadosa em termos de de design gráfico e editorial. A partir desse processo, elementos do design editorial e de publicações se tornaram mais presentes nos quadrinhos, similarmente a publicações como livros e revistas.

Também é possível identificar como alguns padrões e convenções quanto a logotipos e identidade dos quadrinhos, especialmente de super-heróis, se mantiveram mesmo com o passar das décadas, o que reforça a importância e impacto das *graphic novels* na década de 1980 em diante, justamente por quebrarem algumas destas convenções quanto a mídia de quadrinhos.

3. Bases de Análise

Para investigar o design gráfico e editorial em House of X/Powers of X primeiro é necessário partir da compreensão dos fundamentos do design gráfico, a partir dos quais se torna possível analisar os componentes visuais e elementos gráficos da obra. Conjuntamente, o entendimento das estruturas e princípios editoriais permite tanto avaliar a produção gráfica e componentes materiais do quadrinho, quanto seus elementos editoriais, adentrando o design de publicações. Logo, o presente capítulo tem como objetivo expor o referencial teórico em design gráfico e editorial usado como base para analisar o trabalho do *designer* Tom Muller em *House of X/Powers of X.*

3.1. Fundamentos do Design Gráfico

Se tratando dos fundamentos do Design Gráfico, Dondis (2000) em “Sintaxe da Linguagem Visual”, parte dos princípios da *gestalt* para propor e listar componentes visuais básicos a partir dos quais se pensa e comunica visualmente, buscando analisar e compreender a estrutura total de uma linguagem visual. Estes elementos básicos da comunicação visual seriam: ponto, linha, forma, direção, tom, cor, textura, escala, dimensão e movimento, que o autor caracteriza como componentes irredutíveis dos meios visuais. Já Lupton (2008), em “Novos Fundamentos do Design Gráfico”, tenta propor uma base comum de princípios visuais para *designers*, procurando expor os elementos da linguagem visual. A autora busca tanto expor e questionar os conceitos “universais” no design, quanto também busca interpretá-los e repensá-los. Segundo Phillips (2008, apud LUPTON, 2008), este livro encorajaria os leitores a questionar e experimentar com a linguagem visual do design, assim como tentar reconhecer e entender o que há por trás de diversas soluções gráficas efetivas. Lupton (2008) apresenta e expõe em seus tópicos boa parte dos componentes visuais já citados, e também adiciona: ritmo & equilíbrio, figura/fundo, enquadramento, hierarquia, camadas, transparência, modularidade, grid, padronagem, diagrama e tempo & movimento.

Quanto à composição, **ponto, linha e plano** seriam os elementos alicerces do design (LUPTON, 2008, p. 12), pois a partir deles são criados imagens, texturas, ícones e etc. Um **ponto** seria um sinal ou marca visível, o elemento mais simples,

porém com grande poder de atração na comunicação visual (DONDIS, 2000, p. 53). Qualquer forma com um centro reconhecível é um ponto, não importa o tamanho que tenha. Até mesmo uma fotografia pode ter sua identidade como ponto se inserida em um plano, se tornando um foco do observador. Ele pode fornecer uma referência para o olhar em relação ao seu redor, estabelecer posição e proporção, ou se deslocar para gerar tensão. Até mesmo uma série de pontos pode conduzir o olhar, com a proximidade dos pontos maior ou menor.

A **linha** seria um ponto em movimento, ou quando os pontos se aproximam até se tornarem indistinguíveis em uma forma (DONDIS, 2000, pg. 55). A linha conecta, separa e une elementos, ela é dinâmica e pode implicar movimento, assim como não é vaga e tem sempre uma direção. Já o **plano** é uma superfície contínua, se estendendo em altura e largura (LUPTON, 2008, p. 13-25). A **forma** é descrita e articulada pela linha, e todas as formas mais básicas são figuras simples e planas (DONDIS, 2000, p. 57-58). A partir de alterações e combinações das três formas básicas (triângulo, quadrado e círculo) derivam se todas as formas existentes fisicamente na natureza ou imaginadas/criadas.

Segundo Samara (2010a), toda criação de imagem feita pelo *designer* é centrada na manipulação e uso de formas, e toda forma transmite algum significado, seja implícito ou explícito, e intencional ou não. A forma do espaço em que as formas existem é o **formato**, e diferentes formatos informam e alteram a percepção da forma em um espaço. Já a direção diz respeito tanto às formas que a contém, quanto à composição, ritmo e equilíbrio que são afetados por ela. As direções visuais informam um significado associativo, e são importantes para a intenção da composição e os efeitos e significados desejados. A relação entre figura e fundo também é essencial para a percepção visual.

A **figura** sempre vista em relação ao respectivo **fundo** que a rodeia, e vice-versa. A relação figura/fundo cria equilíbrios e tensões em uma imagem, e pode ser chamada de relação do espaço positivo/negativo. A figura costuma ser o espaço positivo, porém através de outras disposições de elementos e contraste pode-se criar uma relação reversível (LUPTON, 2008, p. 85-95). O tom, por sua vez, diz respeito à intensidade da luz ou a ausência dela, como o ato de ver envolve a resposta à luz, segundo Dondis (2000, p. 30-31) o elemento mais necessário da experiência visual seria justamente essa natureza tonal. As variações na intensidade da claridade ou obscuridade seriam a justaposição de tons, e a partir delas se

distinguem e contrastam as complexidades e informações visuais (DONDIS, 2000, p. 60-61).

Na comunicação visual, a **cor** também é essencial, sendo capaz de descrever, ressaltar, conectar, codificar ou ressignificar algum elemento. As cores carregam informações e significados simbólicos e associativos, que subjetivamente podem mudar de sentido e adquirir ou perder significados quando entendidas por outras culturas, povos e contextos, assim como podem objetivamente mudar através de matiz, saturação, temperatura e valor (Figura 17). Combinações e sobreposições de diferentes cores também podem criar diferentes relações e contrastes. A percepção das cores é o mais emocional dos elementos visuais, podendo ser usada para expressar e amplificar as informações visuais. (DONDIS, 2000, p. 64-69; LUPTON, 2008, 62-68, 71-80; SAMARA, 2010a p. 81-105).

Figura 17 - As quatro qualidades essenciais da cor: Matiz, temperatura, saturação e valor. Fonte: Samara (2010a).

Enquanto isso, a **textura** como elemento visual se relaciona às características do tato, mesmo que este não seja sentido pela textura, e a textura em si seja reconhecida apenas pela visão. As texturas no design podem ser visuais ou concretas, ou seja, podem ser empregadas tanto na aparência ótica de um plano ou superfície quanto na construção de um objeto ou produto impresso. O uso de texturas pode tanto expressar ideias e espaços, quanto agir meramente como plano de fundo (DONDIS, 2000, p. 70-71; LUPTON, 2008, p. 53-56)

Já a **escala** se refere, objetivamente, às dimensões dos elementos e do formato, ou à relação entre uma representação e o objeto real que ela representa, mas subjetivamente ela pode depender de contexto e se referir à impressão que o observador tem deste objeto (Figura 18). A escala é a relação essencial do tamanho e proporções com a objetividade e a subjetividade que se deseja obter, podendo se estabelecer pelo tamanho relativo ou através das relações entre elementos. Para a escala basear-se, existem formas de proporção como a proporção áurea, ou também grids e sistemas de escala. Modificar a escala, mantendo ou não a proporção, pode tanto distorcer uma representação quanto aumentar ou potencializar seu impacto (LUPTON, 2008, p. 29-37, 41-50). Segundo Dondis (2000), relacionar os tamanhos com o objetivo e o significado é essencial ao estruturar uma mensagem visual, manipulando e controlando o espaço e a escala. A **dimensão**, por sua vez, se trata de um atributo existente no mundo real, mas que em representações bidimensionais como desenhos, artes e fotografias pode ser somente implícita, ou seja, criada a partir de ilusões e efeitos que implicam dimensão a quem vê. A principal dessas “ilusões” é a perspectiva, que usa diferentes pontos de fuga e planos para criar tridimensionalidade.

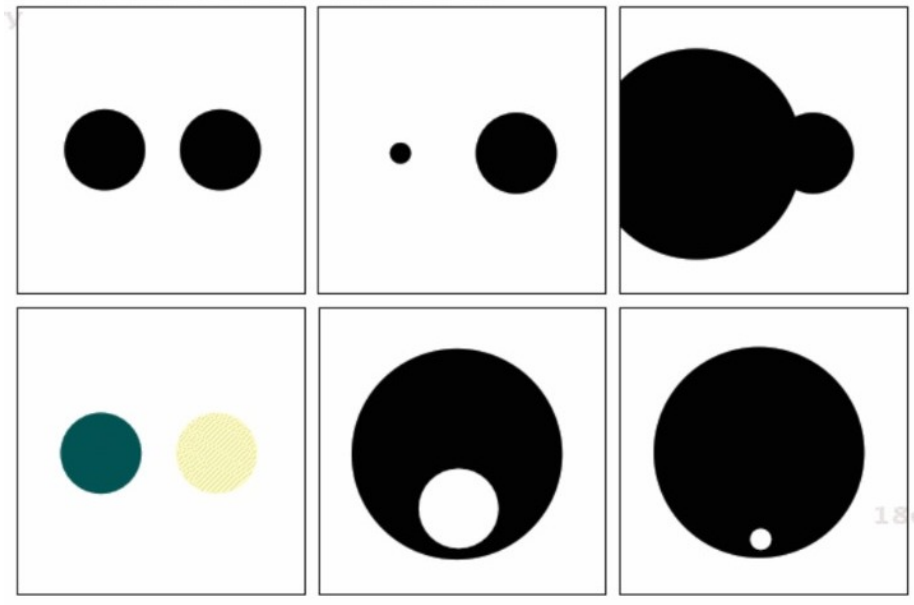


Figura 18 - Exemplos de formas circulares de diferentes escalas, que parecem menores ou maiores em relação à escala do formato em que se inserem. Formatos de escalas maiores fazem os elementos serem percebidos em escalas menores, enquanto um elemento cujo a escala e posicionamento “sai” do formato parece ter uma escala ainda maior, por se expandir para além dos limites do formato.
Fonte: Lupton (2008).

Assim como a dimensão, o **movimento** é um elemento visual tipicamente implícito se tratando de representações bidimensionais e estáticas (ao contrário de vídeos, por exemplo), mas ainda assim é muito importante (Figura 19). Linhas, formas, perspectivas e outros elementos e técnicas podem ser utilizados para criar essa impressão de movimento (DONDIS, 2000, p. 80-82). O **tempo** e o movimento são diretamente relacionados e bastante próximos. Estes princípios não dizem só respeito a criadores de animações, fotos, filmes ou vídeos, mas também a *designers* e tipógrafos. Mostrar imagens ou objetos em sequência é uma maneira de representar tempo ou movimento em um plano bidimensional. Qualquer palavra ou imagem que se move funciona temporal e espacialmente, e princípios como ordem, ponto, linha, hierarquia e camada são usados para transmitir tempo e movimento, seja os implicando ou os reprimindo (LUPTON, 2008, p. 215-225).

Figura 19 - Exemplos do uso de diferentes formas para criar simetrias e assimetrias, que podem criar tanto equilíbrio quanto movimentos
Fonte: Adaptado de Ellen Lupton (2008)

Se tratando dos componentes visuais restantes citados por Lupton (2008), o **ritmo** no design aciona e conecta elementos no espaço, enquanto o **equilíbrio** visual é atingido quando o "peso" dos elementos está distribuído de forma igual ou proporcional no espaço, seja simétrica ou assimetricamente. Contrastes, contrapontos e simetrias podem criar o equilíbrio, e este é o catalizador da forma. No design editorial ou de publicações, elementos são posicionados cuidadosamente com o intuito de criar pontos focais para conduzir o olhar do leitor. Já o

enquadramento é o que cria condições para a compreensão de uma imagem ou objeto. O enquadramento pode dar novos sentidos à imagem, delimitar o campo de visão, mudar a escala dos elementos em relação à imagem como um todo, mudar a própria percepção da imagem e até enfatizar imagem ou texto através das margens (LUPTON, 2008, p. 85-95, 99, 101-110)

No que diz respeito à **hierarquia**, ela seria a ordem de importância e significado dentro da imagem. A hierarquia pode ser estabelecida visualmente através de todos os tópicos aqui citados, e estabelecer sua ordem é o trabalho do *designer*. Assim se controla o impacto e como se transmite uma mensagem.

As **camadas** seriam partes simultâneas e sobrepostas de uma imagem ou sequência de imagens, que criam diversas relações entre os elementos. Apesar de atualmente serem comumente associadas com uso de softwares de edição e criação de imagem, áudio e vídeo, as camadas estão presentes e se originaram fora do ambiente digital. As camadas permitem a criação de variações e sobreposições de uma mesma imagem, usando cores, texturas, símbolos, tipografias e mais para criar vários níveis de informação em um projeto. Mapas e infográficos, por exemplo, usam camadas para sobrepor informações. Diretamente ligada ao uso de camadas, está a **transparência**, que no design significa a percepção simultânea de diferentes figuras, locais ou imagens. Transparência pode ser utilizada para enfatizar, contrastar e combinar ideias e imagens, contribuindo para sua forma e significado.

Já o **módulo** é um elemento fixo usado como “peça” em um sistema ou uma estrutura maior. A partir da modularidade, diversas composições podem ser feitas. Um pixel, por exemplo, é um módulo. Modularidade de certa forma também implica restrição, já que um módulo é um elemento fixo restrito, e esta pode facilitar ou ajudar o processo criativo, ao descartar outras possibilidades e instigar criatividade e variedade dentro de uma regra. A construção modular se baseia em um **grid**, e o grid é uma rede de linhas cortando um plano verticalmente e horizontalmente. Ele pode ser regular ou irregular, circular ou angulado, e é utilizado para dividir, limitar, dispor e organizar os elementos de uma página, espaço ou superfície (LUPTON, 2008, p. 159-162; p. 175-183).

Ao compor um elemento em diferentes grids e arranjos, o *designer* cria inúmeras variações, e ao construir complexidade ao redor de uma lógica central ele cria um padrão ou padronagem. A **padronagem** também está ligada a outros conceitos como ponto, linha, textura, modularidade e grid, utilizados tanto na criação

quanto na aplicação do padrão. Esta pode ser regular ou irregular, inorgânica ou orgânica, e estruturar uma textura maior. Já um diagrama é a representação gráfica de uma estrutura ou processo, capaz de representar uma hierarquia, anatomia ou fluxo de idéias e afins. Lupton (2008) ainda aponta o diagrama como um fundamento do design gráfico, que se relaciona com o conceito de imagem, abordado posteriormente neste tópico. Para a autora (LUPTON, 2008), um **diagrama** pode esclarecer e explicar ideias mais complexas, sendo tanto simples e limpos quanto complexos e expressivos.

Samara (2010a) e Ambrose & Harris (2011) também citam a **tipografia** como elemento e ferramenta fundamental do design. Segundo Robert Bringhurst (2005) uma das tarefas fundamentais do tipógrafo seria interpretar e comunicar o texto. A tipografia é o meio ou ferramenta pelo qual uma ideia escrita, um texto, frase ou palavra, recebe uma forma visual, e esta forma visual afeta o entendimento e legibilidade da da ideia (AMBROSE; HARRIS, 2011, p. 55). Da mesma forma que a tipografia pode dar outros entendimentos sobre o texto ao leitor ou observador, o próprio também associa significados, características e personalidades a determinadas tipografias, e estas associações do leitor podem ser condizentes com a mensagem e significado do texto em si, bem como podem contradizer o texto (AMBROSE; HARRIS, 2011, p. 78). Todos os elementos visuais anteriormente citados no capítulo também podem e costumam estar presentes na tipografia, afetando seu significado, leiturabilidade[5], consistência e suas peculiaridades.

A tipografia se baseia nos tipos ou caracteres tipográficos, letras de alfabetos, formados a partir de um sistema de configurações de linhas e pontos. Segundo Samara (2010a, p. 116-117) o aspecto mais crucial da tipografia seria a uniformidade estilística. Modificações em alturas de caracteres, larguras de traços, espaçamentos e formas são feitas para criar uma aparência de uniformidade em tamanho padrão de leitura. Além da uniformidade, a legibilidade também é essencial para a tipografia, os caracteres se distinguem entre si através de suas peculiaridades físicas, formas, contraformas, peso, contrastes, alturas e etc, facilitando a sua leitura e compreensão (AMBROSE; HARRIS, 2011, p. 57).

Quanto a anatomia dos tipos, caracteres ou famílias tipográficas podem ser classificados quanto a características como peso (espessura), ângulo do eixo,

[5]O conjunto de características que compõem uma leitura fluente; a facilidade com que o olho absorve a mensagem e se move ao longo da linha (BERKSON, 2010).

alargamento ou estreitamento se houver e afins. A forma das letras em diferentes tipos se diferencia em seis aspectos (Figura 20): caixa (alta ou baixa), peso, contraste (entre hastes), largura, inclinação e estilo (SAMARA, 2010b, p. 26-27).

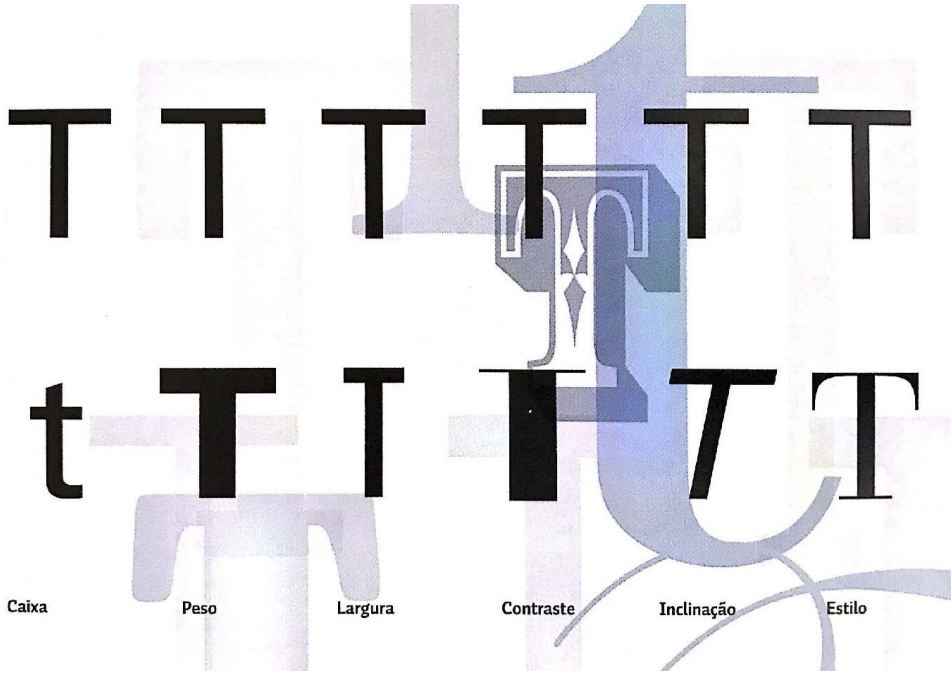


Figura 20 - Características que determinam a classificação dos tipos.
Fonte: Samara (2010b).

Os tipos também podem se apresentar em famílias tipográficas estendidas, com diversas variações anatômicas de uma mesma tipografia que oferecem ao tipógrafo ou *designer* opções consistentes e também capazes de criar ou estabelecer hierarquias tipográficas.

Por fim, a **imagem** também é um elemento fundamental para o Design Gráfico e criativo. Imagens são elementos gráficos que carregam significados emocionais, culturais e factuais, que as fazem ser uma ferramenta de comunicação poderosa. Estes significados podem ser tanto literais e denotativos, quanto figurativos e conotativos, e podem ser expressos por fotografias, símbolos, ícones, formas, desenhos, montagens e até mesmo tipografias. As imagens podem denotar e conotar significados que complementam um texto, que adicionam outros entendimentos ou até que contrapõem o mesmo, assim como podem ter essas relações entre outras imagens, e podem ser mais abstratas ou mais representacionais, mas sempre serão um pouco de ambas. Mesmo uma imagem representacional, que representa algo ou alguém real em forma de imagem, possui

um grau de abstração, pois pode carregar significados subjetivos em determinados contextos. A subjetividade conota significados através de associações e experiências culturais, emocionais e contextuais (AMBROSE; HARRIS, 2011, p. 93; SAMARA, 2010a, p.166-167).

Se tratando de imagens, a semiótica[6] é o estudo de símbolos e signos que busca entender como interpretamos imagens, partindo dos conceitos da imagem ou representação como significante, e do que se comunica como significado. Esses significados podem ser comunicados por ícones (representações de algo ou alguém), símbolos (que comunicam mas não representam algo de fato) e índices (que ligam um objeto a um signo). Segundo a semiótica (AMBROSE; HARRIS, 2011, p. 94) imagens podem comunicar significados através de seus signos (ou o que representam), de um sistema ou mecanismo maior cuja imagem se insere, ou através do contexto em que ela é apresentada.

O *designer* pode utilizar como imagem uma fotografia, desenho, fotomontagem, e até mesmo combinações entre essas formas. A maneira como uma imagem é manipulada, seja alterada, reformulada ou sobreposta, manipula também a forma como essa imagem representa e transmite uma ideia ou mensagem, assim como pode inserir mensagens secundárias ou terciárias. Letras ou palavras também podem assumir qualidades pictóricas e se tornarem imagens, e Samara (2010a) as caracteriza como “supersignos”. Transformar tipo em imagem significa definir uma relação entre a forma física das letras e alguma outra ideia visual, sendo possíveis diversas abordagens como distorção, ornamentação, inclusão pictórica, alteração da forma e mais (SAMARA, 2010a, p. 182-183).

3.2. Elementos do Design Editorial

Um livro ou publicação editorial, segundo Haluch (2013, p. 34-35) pode ser dividido em três partes ou tipos de conteúdos: pré-textuais, textuais e pós-textuais, além dos elementos extraetextuais (como capa e contracapa). A parte **pré-textual** seria formada pelos elementos dentro da publicação, mas que não seriam o conteúdo da obra de fato, como: Folha de rosto, página de créditos, dedicatória, epígrafe, sumário, prefácio; agradecimentos, introdução e outros. Listas ou índices

[6] O conceito de semiótica não será aprofundado no trabalho, por não ser parte do escopo desta monografia.

de ilustrações ou abreviaturas também podem ser pré-textuais, caso sejam inseridos antes dos conteúdos textuais.

Já a parte **textual** seria o conteúdo da publicação em si, no caso do livro o texto, onde o *designer* estabeleceria um único padrão regular seguido em toda a extensão do chamado “corpo de texto” (*bodytext*). O corpo de texto pode ser dividido em volumes ou tomos em partes, e em pequenas seções chamadas de capítulos e até mesmo subcapítulos. A hierarquia utilizada no texto, de tamanhos, grids, cores e tipografias, é um aspecto importante a se observar no projeto gráfico, e influencia na criação dos estilos de títulos e subtítulos. A parte **pós-textual**, enfim, seria formada pelos elementos apresentados após o conteúdo em si, como: Posfácio, apêndice, glossário, bibliografia, índice, colofão, errata e outros elementos (HALUCH, 2013).

Segundo Samara (2011), toda publicação parte de uma ideia, um propósito ou mensagem, sem forma, e a função da publicação é justamente dar forma à essa ideia e envolver o público nela, através de cores, tipografias, imagens, layouts e outras ferramentas e elementos. O autor separa o processo de design em 3 tópicos: o pensamento, a fase de conceituação onde se pensa como conceituar visualmente as ideias e mensagens da publicação, a leitura, onde se trabalha o texto (o material ou conteúdo da publicação) de fato e se refina sua leitura e apresentação, e a construção, onde se integra e estrutura a publicação em si e seu formato, ou seja, onde a mensagem encontra o material.

O **formato**, se tratando de Design Editorial e produção gráfica, seria a forma e o tamanho do produto, determinados por sua altura e largura. Diferentes publicações podem ter diversos tamanhos, mas o mesmo formato. O *designer* tem liberdade para optar por qualquer formato de página, porém existem sempre considerações práticas e econômicas quanto a escolha do formato, por isso a existência de formatos padronizados. Segundo Ambrose e Harris (2011), a definição e divisão de espaço em um formato visa proporcionar páginas com proporções agradáveis, lógicas e mais fáceis de se trabalhar. As proporções e áreas ativas dos formatos são determinadas a partir de contas e projeções utilizando outras formas geométricas além do quadrado e do retângulo, e também regras como a proporção áurea, gerando diversos layouts.

Já os tamanhos de papel em si seguem diversos padrões e nomenclaturas, o principal deles sendo os tamanhos da *International Organization for Standardization* (ISO), como ISO A e ISO B, mas existem outros como o tamanho Imperial ou

americano. Em uma publicação mais extensa, como um livro, o formato é determinado não só pelo tamanho da folha de papel mas também pelo pelo número de vezes que uma folha é dobrada (para formar um caderno ou seção, que forma o livro), podendo ser uma, duas ou três vezes (respectivamente, in-fólio, in-quarto e in-octavo). Se tratando de quadrinhos norte-americanos, inicialmente eram impressos no formato Quarter Imperial (229 x 279 mm), dobrado uma vez para gerar 4 páginas, porém com o tempo mudaram para 170 x 260 mm, formato conhecido no meio como “formato americano” (MCDANIEL, 2021; PLUMMER, 2020).

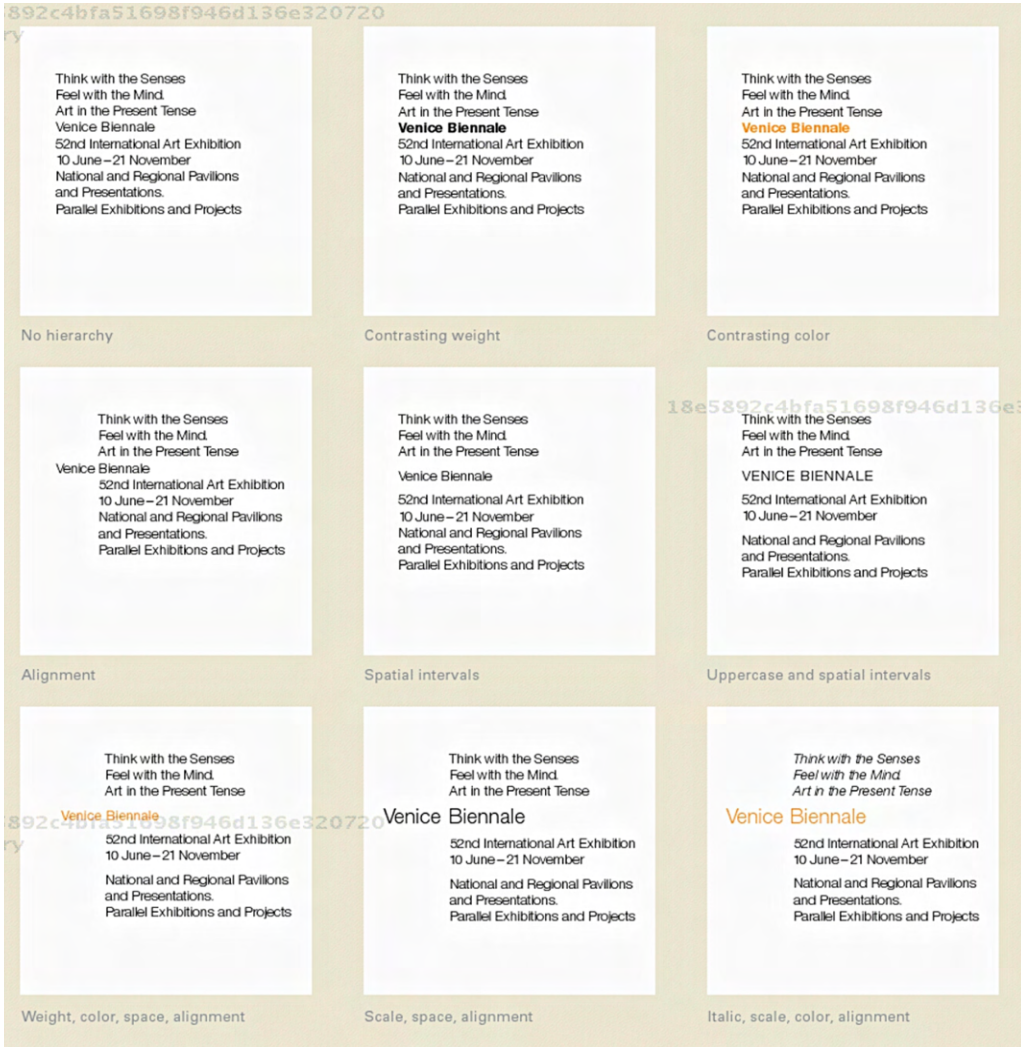


Figura 21 - Exemplos do uso de diferentes cores, tamanhos, pesos e alinhamentos para criar hierarquia dentro do layout de um texto.
Fonte: Lupton (2008).

Se o formato define as proporções externas, é o **layout** que irá definir as proporções e áreas dentro da folha, a partir de grades e cálculos geométricos. O layout é o arranjo dos elementos do design em relação ao espaço, ou seja, a gestão de forma e espaço no projeto. O objetivo ao se desenvolver um layout é apresentar, ordenar e hierarquizar os elementos visuais e textuais da melhor maneira, e o uso de grids (linhas, guias, grades) é que orienta essa disposição. A partir do layout e dos grids se cria ritmos, raciocínios, ordens, se une os elementos visuais e textuais e se dá ou retira equilíbrio, as possibilidades são diversas e não existem layouts absolutos. Ainda no layout, o perímetro utiliza 2 a 4 margens da página para enquadrar ou guiar um design, seja de forma passiva (um elemento neutro que foca o leitor no centro da página) ou ativa (um elemento que tira a atenção do leitor do centro da página, criando movimento). A partir do uso destes elementos criam-se **ritmos e hierarquias** no design, por exemplo uma página com mais conteúdos com menos espaços “vazios” pode parecer “barulhenta” ou cheia, enquanto uma página com um conteúdo só em menor tamanho cria uma impressão de silêncio e isolamento (Figura 21). Em oposição, ao espaçar mais os elementos pode se criar uma página que pareça menos “cheia” mesmo com muitos conteúdos, assim como um único conteúdo se expandido para ocupar mais espaço (como uma imagem ou frase) gera uma página impactante e mais “pesada”. A alternância e mudança desses layouts criam diferentes ritmos de leitura, que guiam o foco do leitor (AMBROSE; HARRIS, 2011, p. 33-51; HASLAM, 2010, p. 140-151).

Já o **acabamento de impressão** se refere a todas as maneiras como o design final é concretizado fisicamente no produto final impresso, a partir de diferentes tipos de papel com diversas características, diferentes suportes, técnicas de corte e impressão, dobragem e encadernação. O papel pode ter diversos níveis de sete características chave: o formato, a gramatura (peso em gramas por metro quadrado de papel), o corpo ou calibre (espessura do papel), o sentido da fibra do papel, a opacidade, a cor e seu acabamento. A partir dessas características do papel e de seus revestimentos específicos, são gerados suportes variados em rigidez, transparência, absorção de tinta e outras características, resultando também em diferentes preços (AMBROSE; HARRIS, 2011, p. 145-147; HASLAM, 2011, p. 191).

Se tratando de **impressão**, nela a cor pode ser aplicada a partir da monocromia, onde se emprega somente uma cor (que podem usar retículas e traços

para criar meio-tom), bicromia, onde se emprega duas cores em duas matrizes (uma mais clara e outra mais escura, para gerar contraste e nitidez), tricromia, onde se empregam 3 cores e a partir delas pode se gerar outras cores e quadricromia, onde se usa 4 cores, o principal modelo de cores aplicado na impressão, usando ciano, magenta, amarelo e preto (CMYK) para criar as demais cores. Também é possível se fazer uma impressão de cor selecionada, com múltiplas matrizes, onde não se usam conjuntos de cores para reproduzir outras, e sim cores selecionadas para os locais selecionados. Já no modelo CMYK as cores ciano, magenta e amarelo são subtrativas[7] (Figura 22), pois quando juntas formam uma cor próxima ao preto, e este é o principal modelo de cor para impressão justamente pela interação das cores no papel ser também subtrativa. Quanto aos efeitos gerados na impressão, estes ocorrem ao se imprimir duas ou mais cores em registro, que podem ser: superposição, quando se aplica uma cor plana de fundo de meio tom e em seguida um objeto da mesma matiz mas mais carregado em cor, ou sobreposição, onde uma cor é impressa sobre outra cor de matiz diferente, e a ordem da aplicação das cores pode mudar o resultado final. Também pode se aplicar um efeito vazado, onde o objeto a ser impresso no fundo aparece em branco ou em uma matiz mais clara que o fundo (HASLAM, 2010, p. 176-181).

Figura 22 - Cores primárias aditivas (esquerda) e subtrativas (esquerda).
Fonte: Haslam (2010).

[7] O modelo subtrativo é usado para impressão. Já o modelo aditivo, formado pelas cores do sistema RGB (vermelho, verde e azul, em inglês) é usado em telas e demais dispositivos baseados em luz. Este nome se deve ao fato de que a junção destas três cores forma a cor branca (HASLAM, 2010).

Entre os **acabamentos**, pode-se aplicar revestimentos como diversos tipos de verniz, que podem melhorar a aparência da impressão e evitar o desgaste. Também é possível aplicar variados tipos de acabamentos que dão tridimensionalidade à impressão, como picote, relevo seco, empastamento, termografia, hot stamping e corte e vinco. Já a encadernação é o processo do acabamento onde se juntam as folhas de forma segura e legível, seja por grampeamento, costura ou colagem. Diversos tipos de encadernação possuem diferentes durabilidades, custos, funcionalidades e estéticas. A encadernação pode ser feita através de costura ou grampeamento, em dobras de folhas, e também uso de espirais ou anéis duplos, enquanto a capa pode ser mais dura ou mais mole e a lombada pode ser quadrada ou em formato canoa. Nas capas, também é possível utilizar sobrecapas, que protegem a capa, ou cintas, que envolvem a publicação (AMBROSE; HARRIS, 2011, p. 168-177; HASLAM, 2010, p. 219-238).

3.3. Considerações Parciais

A partir da compreensão dos fundamentos do design gráfico, nota-se como o uso e manipulação dos elementos visuais impactam não só a experiência do observador ou leitor, como também o significado do que se projeta. Entendendo e utilizando princípios básicos como ponto, linha e plano junto a recursos visuais como cores e tipografia, cria-se uma gama variada de possibilidades de se transmitir uma mensagem visual da melhor maneira possível, visando a compreensão por parte do leitor ou observador. Já ao unir estes fundamentos aos elementos e recursos do design editorial, pode-se refletir sobre como conceituar visualmente as ideias de uma publicação e também como integrar seu conteúdo textual à sua forma e apresentação. Ao se integrar a forma, formato e estrutura de uma publicação com seu conteúdo e ideias, cria-se uma publicação coesa e que transmite com mais facilidade a mensagem ao leitor.

4. Análise da Obra

Se tratando da análise de *House of X/Powers of X*, primeiramente é apresentada uma contextualização quanto a carreira do *designer* Tom Muller até então. Em seguida se adentra a análise e estudo do quadrinho de fato. Nota-se que uma contextualização similar sobre a produção do roteirista e *designer* Jonathan Hickman pode ser encontrada no Apêndice A a o fim deste documento.

4.1. A carreira de Tom Muller

Tom Muller é um *designer* e diretor criativo Belga, responsável pelo estúdio de design helloMuller em Londres. Vindo de uma família já envolvida com arte, arquitetura e design de interiores, Muller ingressou na *Royal Academy of Fine Arts* na cidade da Antuérpia e se graduou em design gráfico. Muller trabalhou como *designer* na Bélgica e depois no Reino Unido, em agências como Vir2L Studios, Lost in Space, Kleber e Studio Output, com foco em design digital porém também envolvido com *branding* e impressão. Fã de quadrinhos europeus e americanos desde a infância, Muller começou a se envolver paralelamente com design para quadrinhos no meio dos anos 2000 através de amizades com quadrinistas como Ashley Wood e Liam Sharp, este último o fundador da Mam Tor Publishing, onde O *designer* colaborou a partir de 2005. Muller começou a desenvolver logotipos para a DC Comics e em 2011 abriu seu estúdio de design helloMuller, onde continuou a praticar diversas áreas e campos do Design (Figura 23).

Figura 23 - Alguns logotipos criados por Tom Muller entre 2000 e 2011
Adaptado de helloMuller

O *designer* conta que (HARPER, 2015) apesar de já trabalhar com quadrinhos, foi só em 2014 com o quadrinho *"ZERO"* da Image Comics que começou a trabalhar com quadrinhos lançados mensalmente e não só encadernados, compilações e *graphic novels*. Em *ZERO,* Muller fez não só o logotipo e o design de publicação, como também as capas a partir de colagens e fotomontagem, e sua entrada no meio dos quadrinhos serializados aumentou sua visibilidade no meio. Seu principal colaborador nos anos seguintes seria Ales Kot, roteirista de ZERO e diversos outros quadrinhos com design de Muller, como *Material, Wolf, Generation Gone, The New World* e outros. Apesar de também fazer logotipos para a DC Comics e Valiant durante o período de 2010 a 2019, a Image Comics foi a principal editora de quadrinhos que o *designer* colaborou entre *ZERO* e *House of X/Powers of X*. Sobre seu trabalho na editora, Muller cita:

> A Image Comics é a terceira maior editora de quadrinhos nos Estados Unidos e a principal editora de quadrinhos autorais independentes. Trabalhando com escritores e artistas aclamados pela crítica, as histórias ganham vida através da aplicação de branding e design como elementos integrantes da experiência da história.
>
> De logotipos e design de publicações até infográficos dentro da história, mundos imersivos são projetados aplicando o pensamento de sistemas de design a narrativas sequenciais - resultando em publicações altamente exclusivas e impactantes que se conectam com o público e elevam o que o design gráfico e o branding podem trazer para narrativas sequenciais em histórias em quadrinhos e graphic novels (MULLER, 2022)

Figura 24 - Capas de alguns trabalhos de Muller na Image Comics: The Weather Man, Days of Hate, Drifter, The New World, Snowfall, Blue in Green, ZERO, VS, Wolf, Motor Crush e Material.
Fonte: Adaptado de Muller (2022).

Figura 25 - Amostras de projetos gráficos dos trabalhos de Muller na Image Comics: The Weather Man, The New World, VS, Days of Hate e Drifter
Fonte: Adaptado de Muller (2022).

Segundo Muller, apesar de trabalhar com design em quadrinhos, ele está mais interessado em trazer elementos de outras áreas do Design (como *branding, web design* e etc) para os quadrinhos do que o inverso (HARPER, 2015), ou seja,

trazer referências de fora do meio. O seu trabalho como *designer* no meio, seja criando logotipos, capas, publicações ou marcas, seria selecionar, criar e organizar os elementos do design para integrar e transmitir os temas e ideias dos quadrinhos, em uma forma coesa e que "vende" para o público os quadrinhos em questão. Para o *designer,* a principal diferença entre o design no quadrinhos e o design em outras áreas de publicação (livros, revistas, sites), seria que os quadrinhos em sua maioria se mantém mais "estáticos" em seu vernacular, seus padrões e suas regras. Por isso, trabalhos mais "alternativos ou diferentes em design de quadrinhos costumam vir de editoras como a Image Comics, focadas em conteúdo independente e/ou autoral (Figuras 24 e 25).

Sobre as suas influências, Muller cita (MARRIOT, 2019; ADICIONAR) o design suísso e italiano como suas maiores referências, em especial Massimo Vignelli, Roberto Mango, Saul Bass e Wim Crouwel. Essas influências vem tanto do trabalho em pôsteres com estilo minimalista, uso marcante da fonte Helvetica, espaços negativos e paleta de cores reduzida, quanto dos logos simples e atemporais destes *designers* (Figuras 26 e 27).

Figura 26- Exemplos de trabalhos de Massimo Vignelli, Wim Crouwel e Roberto Mango
Fonte: Adaptado de Design Culture (2013), Flyer Goodness (2010) e Tecno (2020).

Sobre seu trabalho de quadrinhos em si, Muller costuma ter a tipografia com bastante peso e protagonismo. Ao contrário da maioria de seus logotipos feitos para outras editoras, nos trabalhos feitos por Muller na Image Comics o *designer* costuma apostar em fontes não serifadas em caixa alta, optando muitas vezes por fontes das famílias Helvetica ou Söhne. Mesmo em obras como *VS* ou *Drifter* (Figuras 24 e 25), onde o autor utiliza respectivamente uma fonte modificada em outline e uma tipografia pontilhada, é possível ver como a tipografia "protagoniza" as capas. Nas paletas de cores, Muller segue suas influências e utiliza poucas cores além de preto e branco, porém a proposta de cada quadrinho faz com que cada edição varie entre si. Novamente em *VS* e *Drifter,* Muller utiliza uma cor para a tipografia de cada capa, selecionada para se encaixar e contrastar com as cores da capa, que também possuem paletas de cores específicas que se encaixam no design. O autor, apesar de utilizar os logotipos preenchendo a página de diversas formas, muitas vezes usa uma faixa cobrindo a parte superior das capas para encaixar logotipo, autores e outras informações (a exemplo de *The Weather Man, The New World* e *Snow Fall*).

Figura 27 - Exemplos de trabalhos de Saul Bass
Fonte: Adaptado de The Saul Bass Poster Archive (2013) e Rusu (2021)

4.2. Análise de House of X/Powers of X

O quadrinho House of X/Powers of X e do trabalho de Tom Muller como *designer* são analisados nos tópicos subsequentes, dividindo a análise entre os componentes visuais, elementos gráfico-editoriais e a materialidade da obra de fato, visando compreender o design do quadrinho a partir do referencial teórico previamente exposto sobre design gráfico e editorial.

Antes de adentrar a análise da obra, também é importante explicar a divisão do quadrinho em duas edições paralelas e complementares, que também são informadas na edição capa dura nas aberturas de capítulo. House of X e Powers of X são duas minisséries serializadas de 6 edições cada, que são lidas em alternância, ou seja, lê-se a primeira edição de House of X e depois a primeira edição de Powers of X, assim sucessivamente até o final (com a exceção de Powers of X dois e três que devem ser lidas em sequência). Cada metade da história possui um artista, e o lançamento original destas edições se deu semanalmente (cada minissérie era publicada quinzenalmente) entre julho e outubro de 2019. Para além do título e ordem de leitura e lançamento, House of X e Powers of X também são publicações separadas em termos de narrativa, mesmo ambas contando a mesma história Powers of X possui esse nome por tratar das Potências (Powers, em inglês) do número 10 (X, em algarismos romanos), que na história aparecem através de narrativas nos anos marcados como 1, 10, 100 e 100 (10^0, 10^1, 10^2 e 10^3). Essa narrativa através destes anos é parte somente de Powers of X, por isso a separação entre as edições, mesmo a história no presente (ano 10) aparecendo em ambas.

4.2.1. Componentes Visuais

Entrando na análise da obra de fato, este tópico pretende se aprofundar nos componentes visuais do design de House of X/Powers of X (Figura 28), especificamente se tratando de cores, formas, tipografias, layouts e hierarquias utilizadas no trabalho de Tom Muller.

Figura 28 - Conjunto de capas das edições capa dura e serializadas de House of X/Powers of X
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Quanto às cores utilizadas pelo *designer*, os “selos” com o título nas revistas serializadas e as aberturas de capítulos no encadernado final utilizam a mesma paleta de cores principal. As cores utilizadas são vermelho (a cor principal do quadrinho, utilizada no encadernado em elementos pré-textuais), amarelo, verde, azul escuro e violeta, complementadas por preto e branco (Figura 29).

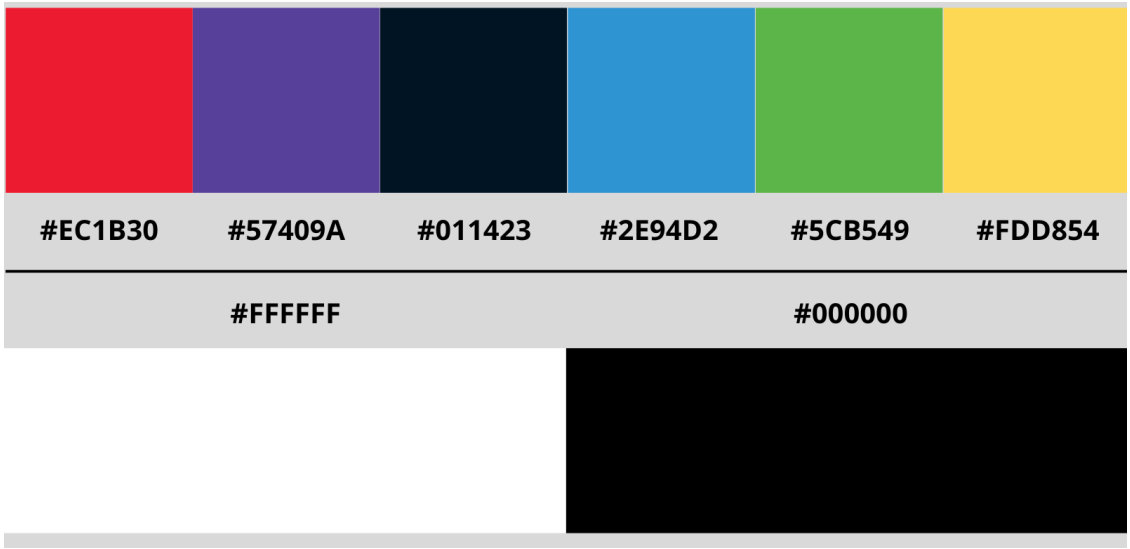


Figura 29 - Paleta de cores principal nos selos dos logotipos presentes nas capas das edições serializadas de House of X/Powers of X, assim como nas aberturas de capítulo da edição capa dura.
Fonte: Autor (2023)

No caso das aberturas do encadernado, Muller também utiliza outros tons próximos de cinza escuro e preto para criar diferentes contrastes (Figura 30). Quase todas as cores principais estão acima de 2/3 da escala de saturação (com o violeta sendo a única exceção com 58,4%) e 3/5 na escala de valor[8], fazendo com que sejam bastante visíveis.

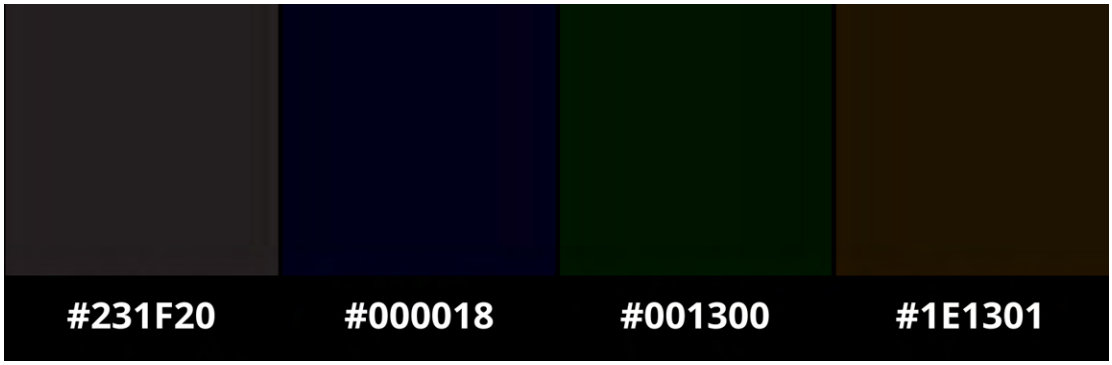


Figura 30 - Cores adicionais que Muller utiliza nas aberturas de capítulo da edição capa dura. Um tom de cinza escuro é usado para preencher o fundo das aberturas dos capítulos 4, 5 e 8 e contrastar com as cores azul, amarelo e verde, enquanto tons de azul, verde e amarelo com valores mais baixos são utilizados nos elementos das aberturas dos capítulos 3, 6 e 7 (que usam os tons principais destas respectivas cores no fundo)
Fonte: Autor (2023)

Cada edição de cada título da história, e por consequência cada conjunto de duas aberturas de capítulos no encadernado, possui uma respectiva cor combinada a branco ou preto, que se intercalam a cada edição ou abertura. Por exemplo: a primeira edição de House of X (Figura 31) possui um selo vermelho com logotipo, título e informações da edição em branco, enquanto a primeira edição de Powers of X (Figura 31) possui um selo em branco com o logotipo, título e informações em vermelho, e os equivalentes dessas edições no encadernado (1º e 2º capítulo) seguem o mesmo padrão (Figura 31). O *designer* não só utiliza o princípio de espaço negativo e positivo, como também cria uma maneira de simular a alternância presente nas edições serializadas das minisséries, mantendo o caráter único de cada metade da história mesmo em um formato que compila ambas as publicações.

[8] Fonte: Autor (2023)

Figura 31 - Capa e Abertura de Capítulo das duas primeiras edições de House of X/Powers of X
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Dessa forma, Muller não só usa seu tom de vermelho como identidade principal da publicação, mas também dá uma cor identidade para cada parte da história em ambos os formatos, (Figuras 31, 32 e 33) e, nas edições, cria um dispositivo para identificar as edições correspondentes de cada minissérie. A partir das cores, o leitor pode compreender já ao observar as capas, quais edições de House of X são correspondentes às edições de Powers of X, e vice-versa. As matizes distantes de cada cor selecionada também contribuem nisso, impedindo que o leitor confunda essas cores entre si.

Figura 32 - Logotipos das capas das 6 edições de House of X (acima)
e das 6 edições paralelas de Powers of X (abaixo)
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Ainda nas aberturas de capítulos, nos encadernados o designer coloca também as artes das capas das edições originais sobrepostas em duotone com as cores de cada capítulo, utilizando as cores adicionais previamente citadas (Figura C34) como meio tom em seus respectivos capítulos. Dessa forma Muller destaca a

cor em si, e fortalece novamente a ideia das cores identificando os capítulos ao recontextualizar as ilustrações das capas.

Figura 33 - Aberturas de Capítulos da versão encadernada
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Já se tratando do conteúdo textual, as páginas de texto e infográficos de House of X/Powers of X são compostas principalmente por preto e branco, porém utilizam matizes de cores quentes para destacar informações e criar narrativas. Essas páginas de texto e infografia remetem diretamente aos trabalhos anteriores do roteirista e designer Jonathan Hickman (Apêndice A)

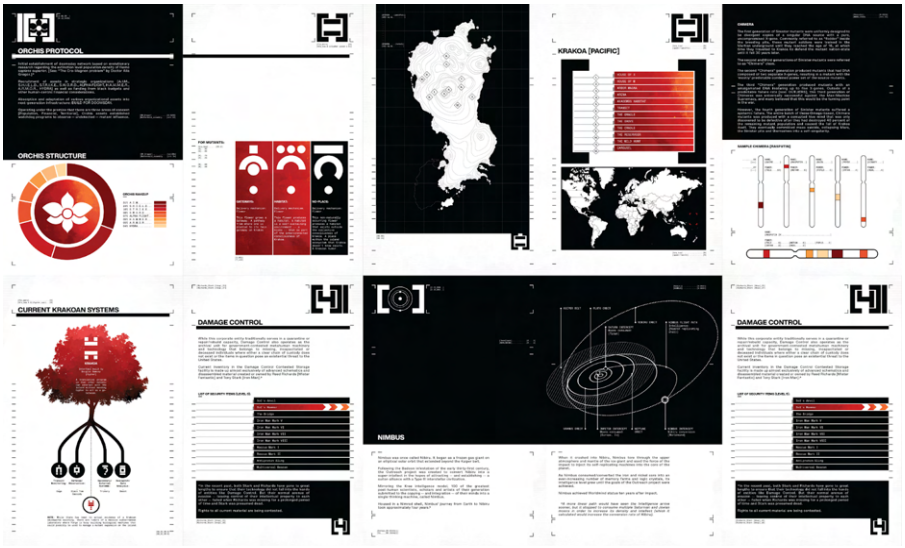


Figura 34 - Exemplos de páginas da obra com textos, tabelas e infográficos
Fonte: Adaptado de Marvel Comics

Essas cores podem aparecer tanto sozinhas, com um tom de vermelho com menor valor como principal, quanto em gradientes ou em sequências análogas, partindo de uma matiz de amarelo clara e dessaturada, e aumentando a saturação e valor junto a matiz em direção ao vermelho (Figura 35).

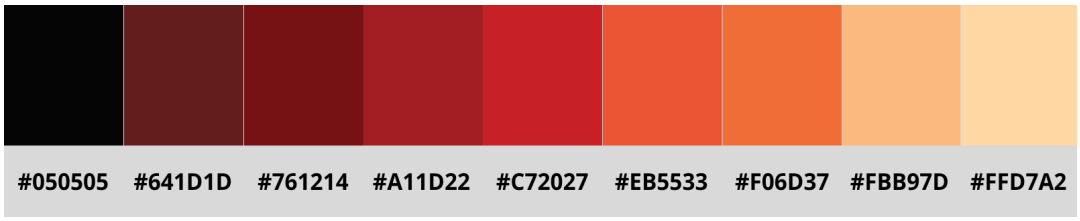


Figura 35 - Paleta das cores utilizadas nos infográficos e páginas de texto do quadrinho.
Fonte: Autor (2023)

Outro conceito recorrente nestas páginas é o uso de espaço negativo, em páginas onde Muller utiliza fundo preto e elementos como textos e gráficos em branco. O *designer* aplica este recurso em páginas ou contextos que implicam confidencialidade, segredos ou revelações importantes para a trama do quadrinho, remetendo também a obras anteriores de Hickman como "*Secret Warriors", "New Avengers"* e *"The Black Monday Murders"* (Apêndice A).

Essas cores são utilizadas tanto para destacar informações relevantes como textos ou informações (Figura 36), quanto para ilustrar e potencializar infográficos, usando as cores análogas para transmitir intensidade e alerta, ou também retirando a cor de alguns espaços para focalizar a atenção do leitor.

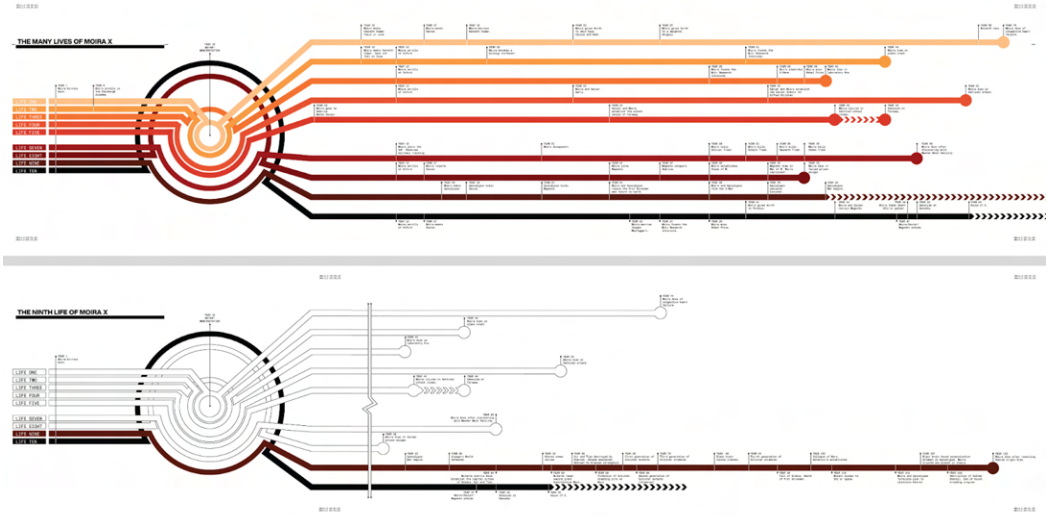


Figura 36 - Exemplo do uso de cor em duas versões de um infográfico de linhas do tempo paralelas que aparecem em House of X/Powers of X.
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Essas cores também são utilizadas da mesma maneira nas páginas iniciais das edições serializadas, assim como nas finais em páginas informando a lista de edições do quadrinho e também com *teasers* para as edições seguintes, com o gradiente de cores sobrepondo ilustrações de maneira similar a trabalhos anteriores de Hickman (Apêndice A).

Se tratando especificamente da versão capa dura do quadrinho, o tom de vermelho citado anteriormente, da paleta das capas e aberturas de capítulo (Figura C33), é a principal cor, atuando junto ao preto e branco, um tom mais claro e ligeiramente dessaturado de vermelho e dois tons de cinza, um mais claro e dessaturado e outro mais escuro e saturado em matiz vermelha (Figura 37).

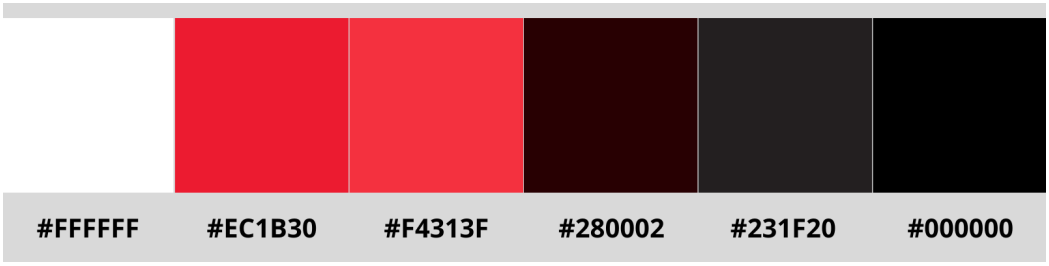


Figura 37 - Paleta de cores utilizada nos elementos adicionais da edição capa dura.
Fonte: Autor (2023)

Estes dois tons de cinza são utilizados por não serem tão escuros e nem criarem tanto contraste quanto o preto puro poderia criar, agradando mais o olhar, assim como o tom mais claro de vermelho que é utilizado na capa e contra capa (Figuras 37 e 38). Tanto o uso de vermelho, junto a branco e preto, quanto o uso de espaço negativo denotam a influência já citada previamente dos *designers* Massimo Vignelli, Wim Crouwel e Roberto Mango, assim como os cartazes de Saul Bass.

Figura 38 - Sobrecapa, contracapa da sobrecapa, e partes da folha de rosto e da folha de título da edição capa dura de House of X/Powers of X.
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Já em relação à tipografia, o *designer* utiliza duas versões da família Helvetica, a não serifada Helvetica Now Display XBold (uma versão modificada da Helvetica Now Display Bold, aumentando o peso da mesma) e a serifada Helvetica Monospaced (Figura 39).

Figura 39 - Tipografias Helvetica Now Display XBold e Helvetica Monospaced, utilizadas por Tom Muller em House of X/Powers of X
Fonte: Adaptado de Tom Muller (2020)

A Helvetica Now Display XBold é usada para escritas em destaque como títulos, cabeçalhos e créditos. Por ser uma fonte do tipo Display e não serifada ela é mais adequada para esse tipo de conteúdo e não textos mais longos. Sua escolha por parte de Muller também é uma influência modernista do autor, e remete diretamente aos *designers* que o influenciaram (Massimo Vignelli, Wim Crouwel e Roberto Mango). Já a Helvetica Monospaced aparece no corpo dos textos, citações iniciais, legendas e informações menores. Por ser uma fonte serifada, é mais adequada para a leitura e por ser uma fonte monoespaçada, remete ao estilo *typewriter*, de máquinas de escrever. A escolha da Helvetica Monospaced também

vai de encontro com a história proposta por Hickman (Apêndice A), onde as páginas de textos e infográfico costumeiramente funcionam como documentos dentro do universo proposto pela obra.

As tipografias propostas por Muller se diferem consideravelmente das tipografias tipicamente propostas em capas e aberturas de quadrinhos da Marvel Comics e do gênero super-herói como um todo, que costumam usar não só outras tipografias mais decorativas, mas também aplicar efeitos como gradientes, luz e sombra e perspectiva, assim como criar "blocos" (bi ou tridimensionais) com mais peso e ocupando mais espaço nas capas. Neste âmbito, a escolha das variações de Helvetica remete mais a quadrinhos fora do eixo *mainstream*, a exemplo de *"The Filth"* da *Vertigo/DC Comics* e *"Nowhere Men"* da *Image Comics* (Figura 40), que Muller cita como algumas de seus quadrinhos favoritos em termos de tipografia e design (HARPER, 2020), assim como a própria obra *"The Nightly News"* de Jonathan Hickman (Apêndice A).

Figura 40 - Capas e páginas internas de Nowhere Men (acima) e The Filth (abaixo)
Fonte: Adaptado de Image Comics (2012) e DC Comics (2004)

Sobre *The Filth*, de 2004, Muller cita:

> Não parecia com nada nas prateleiras e parecia ter sido desenhado por um designer. E isso não significa que não havia designers de quadrinhos naquela época, mas parecia algo que você encontraria, digamos, em algo que foi retirado da indústria de design, publicação de revistas ou design editorial. Não parecia uma história em quadrinhos. A abordagem do design era muito simples e reduzida. Tudo foi definido em negrito Helvetica 75. [...] Ele tinha uma qualidade de design muito gráfica. Todas as ilustrações eram como diagramas.
>
> [...] Parecia que eu havia ido a uma livraria e procurado livros de design sobre tipografia, design de revista, esse tipo de coisa. [...] Acho que foi isso que imediatamente me captou.
>
> [...] Isso me disse: “Oh, uau. Há espaço para o design contemporâneo nos quadrinhos.”
>
> [...] Parecia muito contemporâneo. Eu tiro esse exemplo da minha cabeça sempre que alguém me pergunta: “Me dê um bom exemplo de um designer de capa criando quadrinhos”. Aquilo me impressionou muito (MULLER, 2020 apud HARPER, 2020).

E já sobre *Nowhere Men*, de 2012, Muller cita:

> A primeira coisa que me veio à cabeça foi: “Oh, eu gostaria de ter sido capaz de fazer coisas assim”. Então, basicamente, quando tive que escolher a aparência holística de algo, imediatamente lembrei de Nowhere Men, mas também pensei: “Oh, talvez The Nightly News”, porque em toda aquela obra tem um ponto de vista de design muito forte. [...]
>
> Você tem aquele design de modernismo corporativo americano de meados do século, e ele simplesmente acerta [...]. É tão discreto, mas nítido e “fresco” [...].
>
> Cada elemento de design em Nowhere Men simplesmente funciona quando você folheia o quadrinho, e vê todas as suas páginas de revista, seus anúncios, seu tipo de gráfico quase intersticial ou páginas de quebra. É tudo perfeito para mim. É por isso que escolhi esse como meu tipo de abordagem de design holístico. [...]
>
> É como o contraste nos meus quadrinhos dos X-Men com as páginas brancas, especialmente para criar uma ruptura chocante entre as páginas de quadrinhos e as páginas de texto e dados. Mas aqui, ele combina perfeitamente e é uma experiência de leitura sólida e consistente (MULLER, 2020 apud HARPER, 2020).

Já se tratando das formas, Muller utiliza ao longo do quadrinho círculos, linhas ou barras espessas, retângulos, quadrados e colchetes, juntos à forma do X que criou para o logotipo, que aparece com e sem preenchimento, assim como com e sem a circunferência ao redor do X como no logotipo. Além de circunscrever o X, os círculos costumam aparecer em infográficos e diagramas (como mostram as Figuras 41 e 46), assim como os retângulos verticais. Já os retângulos horizontais e quadrados são usados para dispor e destacar textos (atuando tanto como formas de pura cor quanto formas carregando texto). O *designer* também utiliza linhas horizontais espessas e outras mais finas, que funcionam como “barras” para separar espaços nas páginas e estabelecer hierarquias, usos que remetem novamente à influência de Vignelli e Crouwel.

Já os colchetes aparecem tanto para preencher e equilibrar espaços (como en aberturas de capítulo) quanto para encapsular símbolos como o X ou outros símbolos do quadrinho, posicionados na parte superior de páginas de citações de aberturas, páginas de texto e infográficos ou diagramas. Círculos e quadrados também são utilizados como pontos para criar um efeito de "interferência” ou *glitch* na edição capa dura, efeito este que Muller também tenta criar com formas retangulares ou linhas.

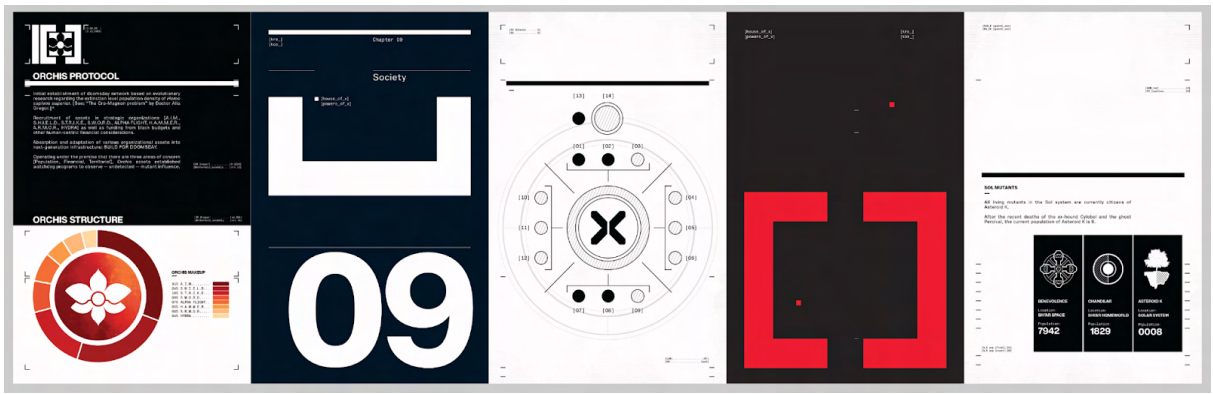


Figura 41 - Exemplos do uso das formas no projeto de House of X/Powers of X.
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

O X criado por Muller aparece, além do logotipo da capas, na contracapa da edição capa dura e em suas folhas de guarda, folhas de rosto, folhas preliminares, página de títulos e página de créditos. A forma é utilizada não só como elemento pontual em menor tamanho, como também elemento maior compondo o fundo das páginas (Figura 42). Assim, o X age como uma forma que marca o fundo e preenche

espaços, evitando páginas inteiras somente de cor de fundo, criando assimetria e também equilibrando as páginas quando há texto e outras formas opondo a posição do X. Por ser uma forma simples, distinta, reversível e simétrica, o X é visível e compreensível seja ele inteiramente visível nas páginas ou não.

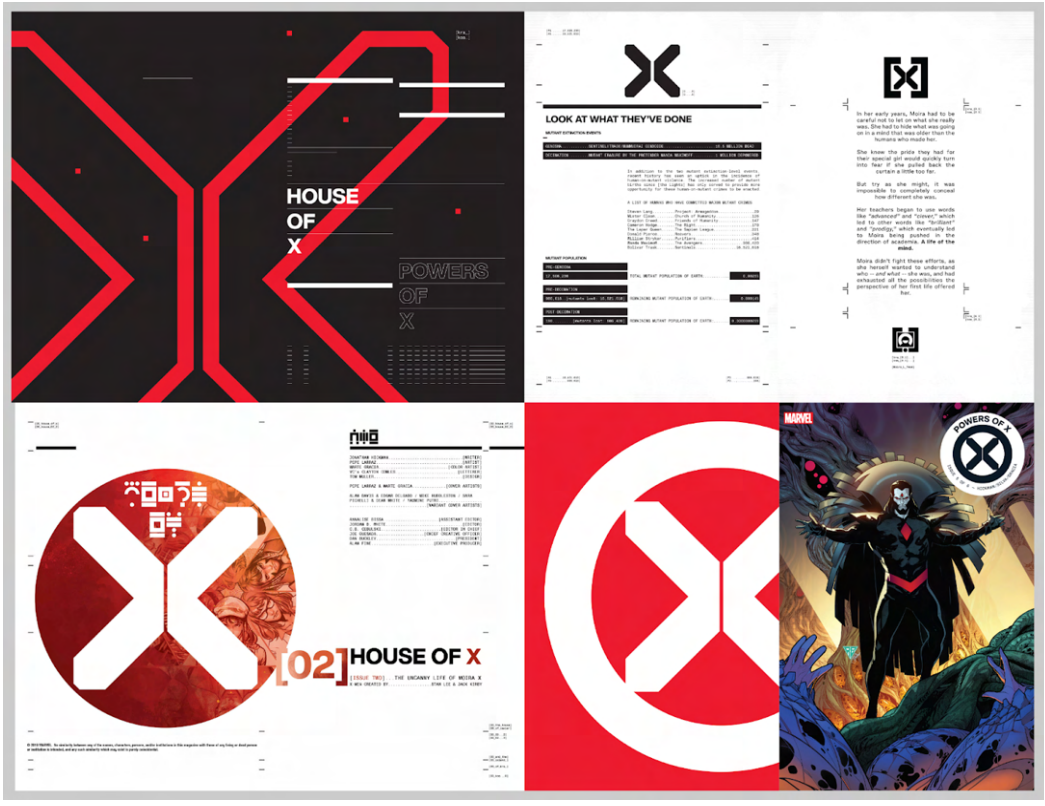


Figura 42 - Exemplos do uso do X, em House of X/Powers of X
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Tratando-se de layout e grids, Muller tem como principais recursos a construção de grids modernistas, principalmente partindo de quatro colunas. Também são utilizados grids com duas ou três colunas, enquanto as linhas podem variar entre múltiplos de quatro a nove (Figura 43).

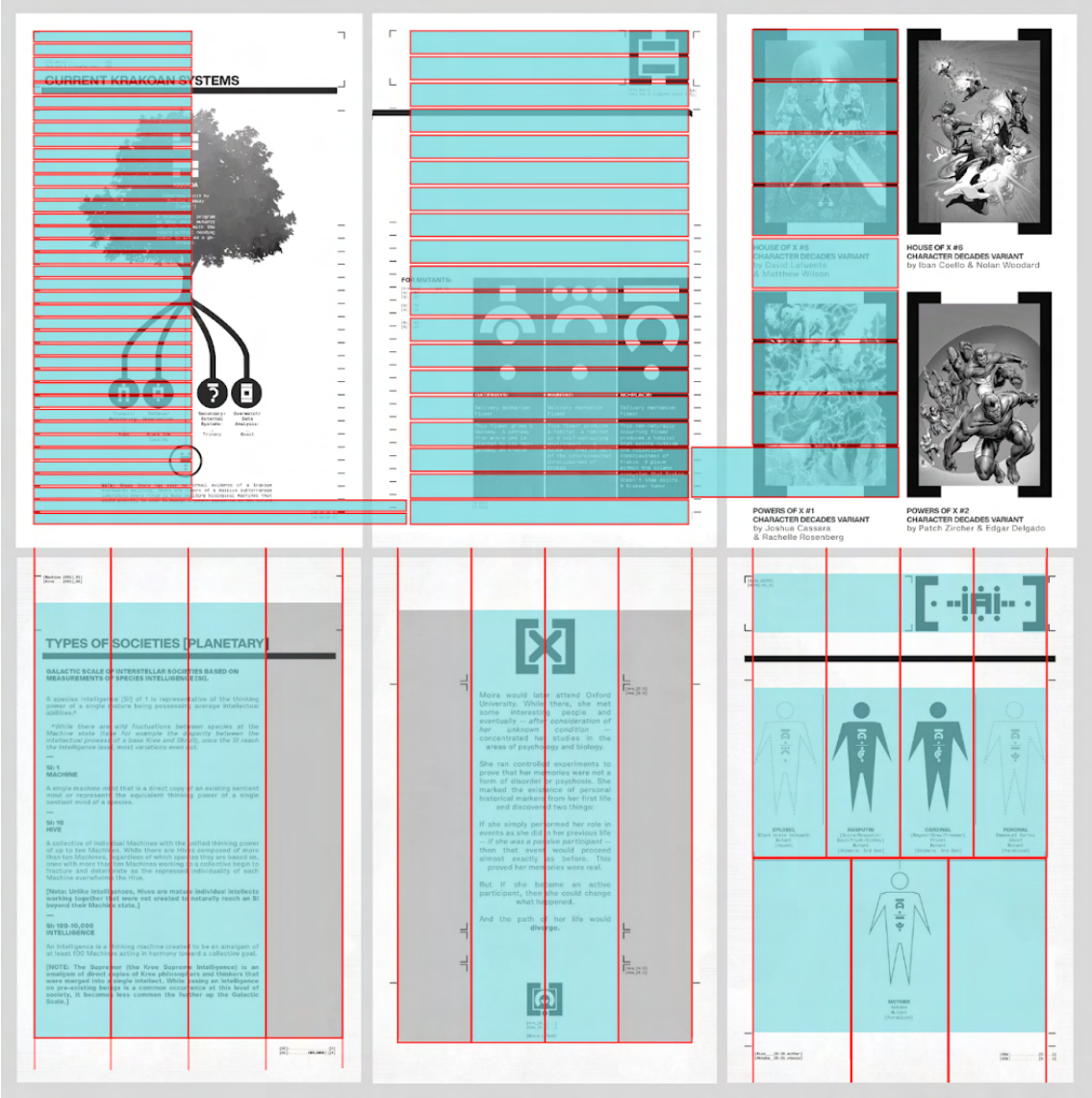


Figura 43 - Acima: Exemplos do uso de linhas horizontais nos grids de Muller grid de 4 colunas em páginas de texto ou citações; abaixo: Exemplos de páginas utilizando grids de 2, 3, e 4 colunas
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019) e Autor (2023)

Muller também utiliza a regra dos terços, dividindo as páginas (fora as margens) tanto horizontal quanto verticalmente em três partes iguais para guiar seus grids (salvo algumas ocasiões onde as páginas são divididas em somente duas partes iguais), e também a divisão dos grids a partir de escalas ou meias-escalas modulares, especialmente em composições mais visuais como capas e diagramas mais gráficos (Figura 44).

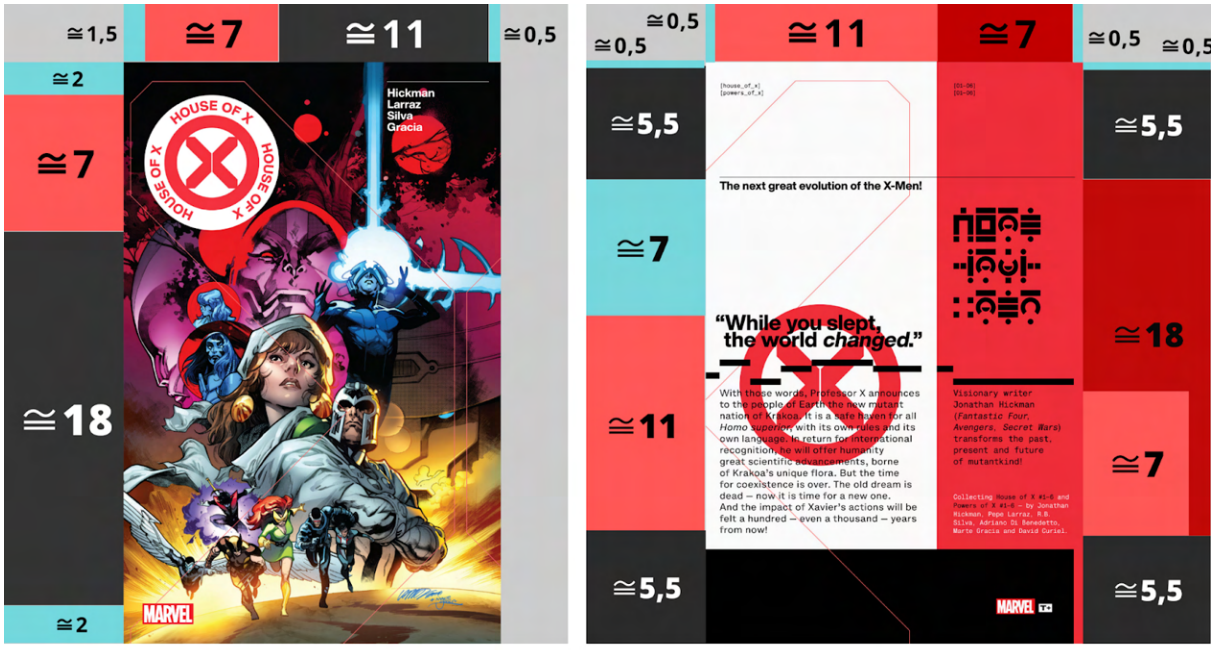


Figura 44 - Exemplo dos grids modulares de Muller na sobrecapa, usando uma escala modular (1, 3, 4, 7, 11, 18, 19) e sua respectiva meia escala (2, 3,5, 5,5, 13, 23,5)
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019) e Autor (2023)

Em citações iniciais e algumas páginas com menos texto, Muller utiliza uma caixa de texto centralizada, justificada e com largura "apertada", ocupando o espaço de duas das quatro colunas criadas por seu grid, criando páginas onde o texto mesmo que curto é o centro verticalizado da página, e a preenche com mais equilíbrio. Os símbolos encaixados abaixo e acima do texto também contribuem para estas páginas de citações não se parecerem "vazias" (Figura 43).

Já nas páginas de texto e dados comuns (Figura 45), o texto costuma estar ainda justificado porém posicionado no lado esquerdo da página, ocupando três das quatro colunas de seu grid. Esse uso do grid cria um espaço vazio ao lado de cada texto que em determinadas páginas pode ser preenchido por figuras. Esta disposição só muda ao se tratar de algumas outras páginas com formas ou símbolos preenchendo espaços, neste caso o texto se posiciona ao centro ou ao lado oposto ao comum, e com quantidades maiores de texto o mesmo preenche toda a página justamente ao centro. Nos casos onde o texto continua na página seguinte, onde o *designer* não as espelha e utiliza os mesmos posicionamentos para ambas as páginas para manter continuidade.

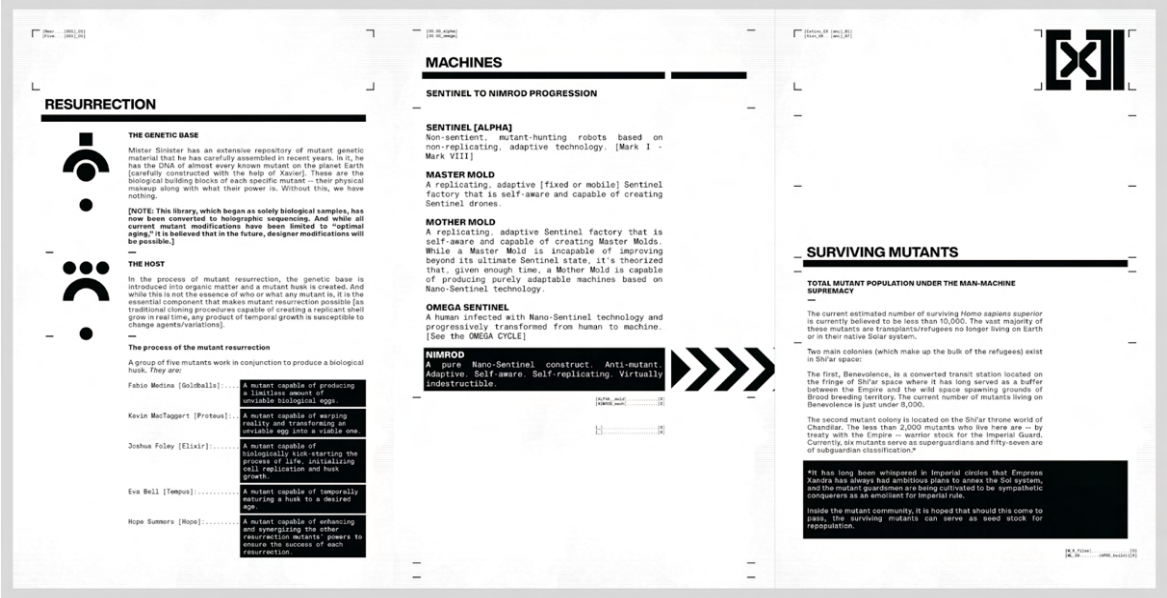


Figura 45 - Exemplos de páginas de texto de House of X/Powers of X
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Quanto à hierarquia, Muller utiliza cores, tipografia e formas para criar ordens de importância (Figura 46). Como a cor preta é a predominante nas páginas de fundo branco, e vice-versa, o uso de cores seja em caixas de texto quanto figuras concede importância e destaque para as mesmas. Como já citado, quanto mais próxima a cor utilizada está da matiz vermelha, mais saturada e de maior valor, mais destaque e importância são concedidos pela cor. Já na tipografia, a Helvetica Now XDisplay (regular e bold, mas principalmente em bold) é utilizada para títulos de textos e infográficos, em caixa alta e em maior tamanho, e também para títulos de tópicos do texto, em caixa baixa e seguindo o tamanho do texto. Em ambos os usos esta tipografia se distingue facilmente da Helvetica Monospaced usada no corpo do texto, graças à diferença de peso entre as tipografias e também a ausência de serifa na Helvetica Now XDisplay. Tratando-se de formas, Muller utiliza linhas espessas para separar título do texto e formas retangulares em preto para destacar textos em branco, assim facilitando a separação entre título e texto e entre diferentes conteúdos do texto.

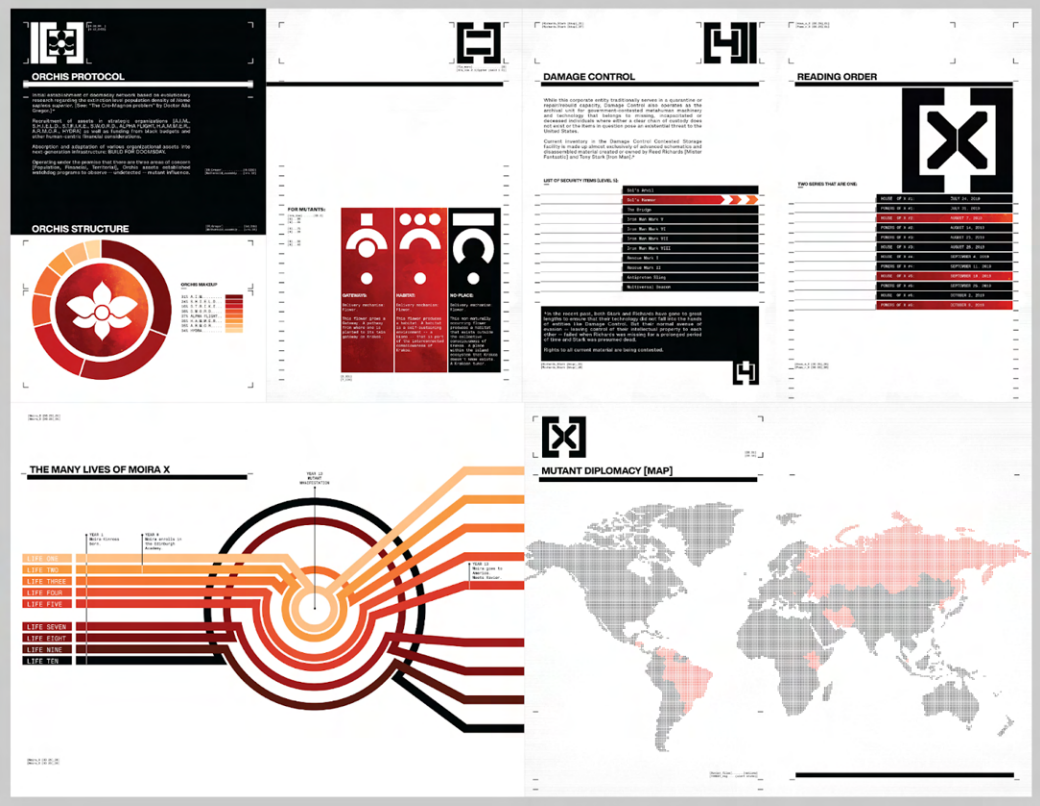


Figura 46 - Exemplos do uso de cores, formas e tipografias para criar hierarquia nos layouts de Muller para House of X/Powers of X
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

4.2.2. Elementos Gráfico-Editoriais

Quanto aos Elementos Gráfico-Editoriais, a análise feita parte da separação entre os elementos de uma publicação citada por Haluch (2013) entre: conteúdos extra-textuais, que se posicionam “fora” do conteúdo em si (como capas, lombadas e contracapas), conteúdos pré-textuais, que compõem a publicação mas aparecem antes do conteúdo da obra propriamente dito (como folha de rosto, página de créditos, epígrafe, sumário, prefácio, introdução e outros), os conteúdos textuais, que seriam o conteúdo principal da publicação em si (no caso de um livro, o texto) e os conteúdos pós-textuais[9], que também compõem a publicação mas se apresentam após o conteúdo principal ou textual.

[9] O conteúdo pós-textual de House of X/Powers of X não foi considerado nesta análise por não ter volume relevante.

No caso de House of X/Powers of X, o conteúdo textual aqui é considerado como o quadrinho em si, com os infográficos, diagramas, citações iniciais e páginas de textos como parte deste conteúdo, assim como as aberturas de capítulo.

4.2.2.1 Elementos extra e pré-textuais

Se tratando dos elementos extra e pré-textuais, antes de analisar as capas e a contracapa de House of X/Powers of X também é relevante para o presente trabalho compreender o logotipo da obra criado por Tom Muller. Como citado anteriormente, as capas do quadrinho apresentam o título a partir de um círculo posicionado na parte superior similar a um “selo”, carregando a marca do X proposta por Muller e, no caso das revistas serializadas originais, os autores, a numeração e o valor respectivos de cada edição. Este design usa a iconografia da equipe, que sempre carregou um X circunscrito em seus uniformes e até logotipos (ver Apêndice B), para criar uma marca da obra e da franquia X-Men como um todo. O X proposto por Muller (Figura 47) possui as pontas dos traços em uma forma trapezoidal, e um “corte” vertical em seu centro separando-o em duas metades. Muller (apud CARTER, 2019; apud DINH, 2020) cita que seu X partiu da ideia de divisão e dualidade, relacionando estes conceitos com a luta entre humanos e mutantes, e em DNA/genes, elementos presentes constantemente nas histórias dos X-Men.

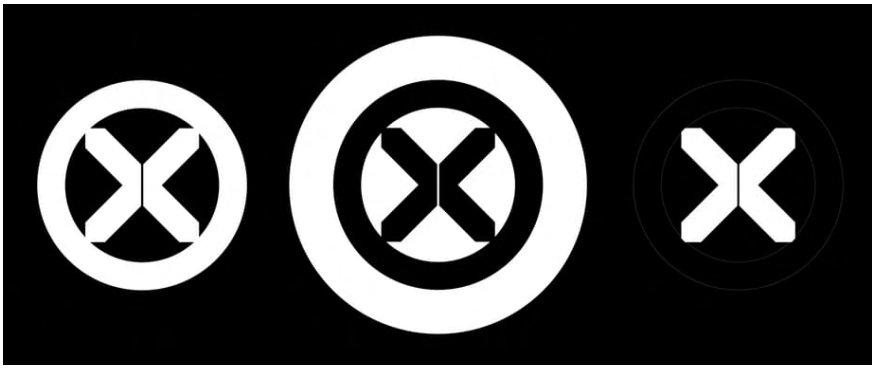


Figura 47 - Variações do Logo e o X propostos por Tom Muller em House of X/Powers of X
Fonte: Adaptado de Tom Muller (2020)

As duas metades do X podem ser interpretadas tanto como dois lados opostos se aproximando (o que é reforçado pela forma como os ângulos da letra se direcionam para o centro), quanto se afastando ainda mais (o que também é

reforçado pela forma como os ângulos do X distanciam os traços da cada lado da letra, que nunca se cruzam como em um X de fato, graças à divisão central). O uso de formas circulares ao redor do X também altera essa percepção, pois essas formas acabam “encapsulando” ou “limitando” o X, especialmente ao tocar os traços da letra, focalizando o movimento proposto pelo X na direção do centro da forma. Enquanto isso, a ausência de uma forma que circunscreve o X faz o oposto, permitindo que sua forma proponha um movimento para “fora” de si mesmo, com as pontas dos traços nas diagonais apontando para fora da forma. Em versões anteriores do símolo, essa ideia de dualidade e genética também se mostram presentes (como demonstra a Figura 48).

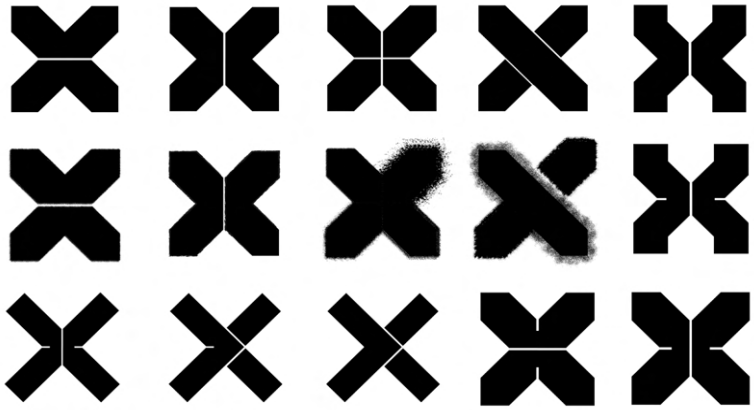


Figura 48 - Versões alternativas e anteriores do X proposto por Tom Muller
Fonte: Adaptado de Creative Bloq (2021)

Quanto às capas e contracapas de fato, tanto a edição capa dura quanto as edições serializadas originais possuem capas com ilustrações do quadrinho e o logotipo da série formando um “selo” no topo da capa, carregando o título do quadrinho na edição capa dura, e o título, autores, numeração e preço nas edições serializadas (Figura 49). O logo da Marvel Comics se posiciona também no topo, porém sempre do lado oposto ao logotipo da revista.

Figura 49 - Capas das edições originais de House of X (acima) e Powers of X (abaixo)
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Tratando-se das edições originais serializadas, o logotipo, apesar de estar sempre na porção superior, varia de posição e, em alguns casos, até mesmo de tamanho. Nas edições 1, 3 e 5 de *House of X* e 1, 2 e 5 de *Powers of X*, o logo se posiciona no canto direito, enquanto nas edições 2 e 6 de *House of X* e 3 e 6 de Powers of X ele aparece no lado esquerdo. Em ambas as disposições Muller utiliza uma margem de 6 mm entre os logotipos e os cantos da página. Já nas edições 4 de ambas as revistas, o logotipo aparece um pouco mais ao centro e, especificamente na edição de *Powers of X* um pouco menor. Essa escolha de Muller se desvia dos padrões que ele seguia nas capas, para melhor encaixar os logotipos nas ilustrações de capa de cada edição, visto que em ambas o posicionamento comum a esquerda ou direita poderia sobrepor pontos chave da arte.

Já na edição capa dura, há uma sobrecapa onde o logotipo é posicionado no canto superior esquerdo, em uma versão de fundo branco e elementos em vermelho, com os sobrenomes dos autores posicionados no canto superior direito (Figura 50). Junto a ilustração, o *outline* do X criado por Muller aparece em uma escala maior que o próprio espaço da capa, posicionado mais abaixo e ao lado direito e se estendendo até o canto superior esquerdo, onde contorna o logo. Quanto ao grid, o logo com 70 mm de diâmetro contrasta com o espaço livre ao seu lado de 110 mm e abaixo de 180 mm, em uma proporção seguindo uma escala modular (3, 4, 7, 11, 18, 29…).

Figura 50 - Sobrecapa aberta da edição capa dura de House of X/Powers of X
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Já se tratando da parte de trás da sobrecapa, Muller a divide em duas colunas que preenchem toda a horizontalidade da página: uma de fundo branco à esquerda que ocupa aproximadamente 60% da contracapa, e outra de fundo vermelho à direita que preenche os outros 40%. Essa proporção entre os dois fundos também segue uma escala modular proporcional (1, 3, 4, 7, 11).

No lado esquerdo da parte de trás, a sobrecapa carrega uma frase do quadrinho em Helvetica Now Display e a sinopse da obra logo abaixo em Helvetica Monospaced em menor tamanho, ambas em preto. Logo atrás o X circunscrito característico do quadrinho aparece em vermelho, e um outline do X em maior dimensão se posiciona ao fundo. Já no lado direito há, na mesma altura e tipografia da sinopse, uma frase em preto destacando o roteirista Jonathan Hickman, e um pouco abaixo e em tamanho menor os créditos de roteiro, arte e colorização, também em preto, com os conteúdos presentes na edição destacados em branco. No topo, Muller também informa o conteúdo da edição, com os nomes das minisséries no lado branco e suas edições no lado vermelho, ambos alinhados à

esquerda, em um estilo similar a linguagem de computação que é reforçado pelo uso da Helvetica Monospaced e de caracteres como colchetes e *underlines*. Entre essas pequenas informações no topo e as outras informações da contracapa, se posicionam uma frase promovendo o quadrinho no lado branco e caracteres fictícios da obra no lado vermelho.

Logo abaixo, uma forma retangular preta deslocada sobrepõe ambos os fundos, porém permitindo parte do X em outline ao fundo ser visível. Essa forma, junto a algumas linhas "quebradas" separando os textos, cria um efeito de interferência ou *"glitch*", dando mais camadas à composição de Muller.

A sobrecapa também trás orelhas (Figura 51), carregando uma bordão do quadrinho e o X característico de Muller no lado esquerdo, e as biografias dos autores no lado direito. Os elementos são apresentados em preto, e ao fundo o *outline* do X aparece, no lado esquerdo continuando o X ao fundo da sobrecapa, e no lado direito continuando o X ao fundo da contracapa.

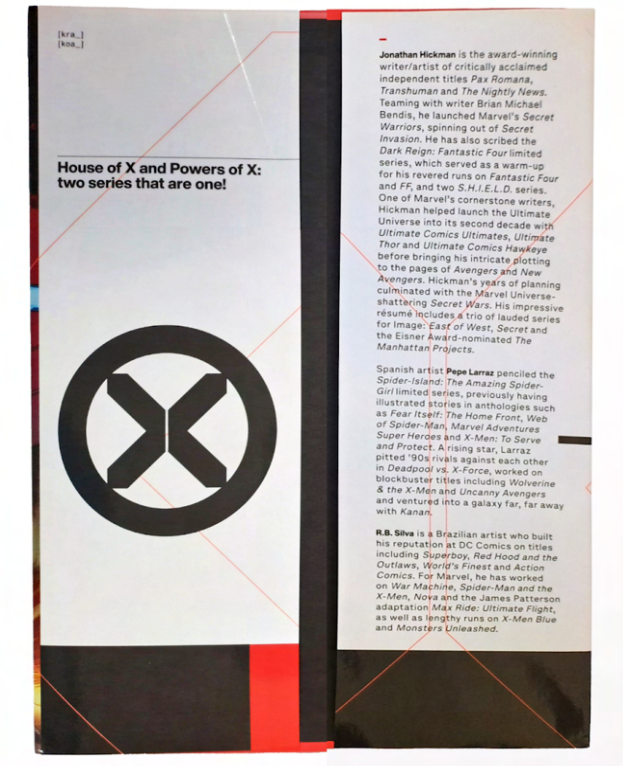


Figura 51 - Orelhas da sobrecapa da edição capa dura.
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019) e Autor (2023)

Figura 52 - Capa, contracapa, lombada e parte interna da sobrecapa de House of X/Powers of X
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019) e Autor (2023)

Por fim, a capa dura de fato do quadrinho possui a cor vermelha característica da obra e o logotipo do quadrinho em preto, com o título e o X do logo vazados em vermelho, e na mesma posição da sobrecapa os créditos dos autores (Figura 52). Na contracapa há o mesmo conteúdo porém sem os créditos. Já na lombada a cor vermelha se mantém, com o logo da editora Marvel Comics em horizontal no topo, e logo abaixo o título do quadrinho em XDisplay Bold separado pelo X do logotipo em branco, com House of X escrito em preto e Powers of X em um outline preto. Na parte inferior da lombada, as iniciais dos autores aparecem em um tamanho pequeno da *Monospaced*.

Sobre os elementos pré-textuais da versão capa dura, após a capa e a folha de guarda em preto estão presentes uma página carregando somente o X do logotipo como falsa folha de rosto, uma página dupla de título cumprindo o papel de folha de rosto, uma página dupla de créditos como ficha técnica, outra página dupla de título como folha de rosto e uma página vazia inserida para manter frente e verso corretos nas páginas do quadrinho. Nas edições serializadas não há a presença de páginas preliminares.

Figura 53 - Páginas preliminares da edição capa dura de House of X/Powers of X, com a primeira página textual do quadrinho ao final no canto inferior direito.
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Adentrando as páginas preliminares da edição em capa dura (Figura 53), a falsa folha de rosto aparece em vermelho com o X em sua versão circunscrita e em branco, em grande dimensão, porém sem aparecer inteiro na página. Apesar de ser uma página que não carrega informação, parte do lado direito do X ser “cortada” pelos limites da página cria uma figura incompleta que instiga o observador a continuar e virar a página em questão.

Em seguida a primeira folha de rosto, em página dupla também em fundo vermelho com elementos em branco. O título do quadrinho, em caixa alta usando Helvetica Now XDisplay, é dividido não somente nos dois componentes da história (*House of X* e *Powers of X)* mas também na diagramação, onde cada palavra aparece em uma linha de texto, explicitamente marcada por uma linha fina em branco. Powers of X, porém, aparece escrito apenas em outline, referenciando a natureza intercalada da história e também sugerindo *House of X* como o título “principal” da obra. O X branco circunscrito volta a ser utilizado, dessa vez em menor tamanho e acima do título, deixando o lado esquerdo da página dupla vazio. Apesar de “vazio” em conteúdos, o lado esquerdo apresenta pequenos pontos pretos espalhados pela página, retomando a linguagem de glitches e interferências.

Já na ficha técnica, em página dupla, Muller mantém o fundo vermelho e conteúdos em branco como nas páginas anteriores. O conteúdo textual (todos os

créditos e creditados da obra) aparece na página direita e segue os alinhamentos e posições da página anterior, com a exceção de uma pequena linha de crédito de copyright da editora Marvel. A tipografia utilizada na maioria dos créditos é novamente a XDisplay em bold, porém dessa vez em caixa baixa e menor tamanho, somente com algumas poucas informações como lista das edições serializadas e créditos de criação de personagens aparecendo na Monospaced com menor peso. Muller volta a utilizar os pontos espalhados pelo lado mais vazio da página, desta vez brancos, juntos a quadrados pretos que também atuam como pontos. O X volta ao fundo da página, agora em preto e em maior tamanho, deslocado para a página esquerda, em uma pequena alteração que deixa o fundo do lado direito mais “vazio” para os créditos, criando equilíbrio ao “compensar” o lado esquerdo vazio em relação ao direito. Separando os textos dos créditos, Muller utiliza linhas brancas espessas que funcionam como “barras”, outro uso que pode ser traçado de volta ao trabalho de Massimo Vignelli.

Na segunda folha de rosto, em página dupla, o fundo vermelho agora é trocado por um fundo em cinza escuro, e, apesar de dispor das mesmas informações textuais da primeira folha de rosto, existem algumas outras diferenças. O X ao fundoaparece em uma dimensão maior, em um outline vermelho, espesso e sem a circunferência ao seu redor, não mais carregando a forma circular e nem preenchido de cor. Assim como na ficha técnica, o X está alinhado mais à esquerda, porém em tamanho maior e com posicionamento mais baixo, o que faz com que somente o traço superior direito seja inteiramente visível. Os quadrados ao fundo atuando como pontos voltam a aparecer e em maior quantidade, assim como as linhas finas e espessas, preenchendo mais o lado direito da página.

A página seguinte é uma folha ímpar “vazia”, sem conteúdo, também em fundo cinza escuro e com alguns quadrados em vermelho. Dois colchetes também vermelhos ocupam a metade inferior da página, enquanto ao topo duas linhas de texto pequeno em *Monospaced* caixa baixa comunicam o título de cada minissérie e “kra_koa_” (nome da Ilha que aparece no quadrinho em si) entre colchetes, seguindo com este recurso que aparece desde a contracapa e cria um estilo de documento ou de linguagem de computação. A troca de cor do fundo nestas últimas páginas cria uma “quebra” com a sequência anterior de páginas em fundo vermelho, o que pode ser lido como um recurso para informar ao leitor a transição do conteúdo extra e pré-textual para textual de fato.

4.2.2.2 Elementos textuais

O primeiro elemento textual a ser analisado aqui é a abertura de capítulo. Como citado no tópico anterior tratando sobre o uso de cor em *House of X/Powers of X*, Muller utiliza as cores para dar uma identidade a cada parte da história em ambos os formatos, usando uma cor principal a cada dois capítulos e invertendo os espaços positivos e negativos em cada uma das aberturas (Figura 54).

Figura 54 - Páginas duplas de abertura dos capítulos 5 e 6 (lado esquerdo), e as demais páginas de abertura dos outros capítulos (lado direito)
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

No lado esquerdo de cada página dupla de abertura o designer utiliza a capa de cada edição original do quadrinho em bicromia, usando a cor correspondente de cada capítulo, recontextualizando as ilustrações das capas e fortalecendo a ideia

daquelas determinadas cores como identificadoras de cada capítulo. No lado direito, o *designer* posiciona o título do capítulo, seu número e qual das histórias ele faz parte (House of X ou Powers of X). No topo, uma linha espessa se posiciona acima do nome “kra_koa_” novamente separado em duas linhas e inserido dentro de colchetes, no lado esquerdo, e o número do capítulo, ambos pequenos e em *Helvetica Monospaced*. Abaixo, outras linhas agora finas separam os conteúdos anteriores do nome do capítulo, em Helvetica Now XDisplay regular.

Um pouco abaixo, House of X e Powers of X se separam em linhas e se apresentam entre colchetes no mesmo estilo citado anteriormente, com um quadrado ao lado de cada título informando sobre qual edição cada capítulo corresponde. Na mesma altura, um colchete aberto de peso forte aparece inclinado para cima, em uma escala grande que quase cobre todo o espaço horizontal da página. Muller utiliza o colchete como forma que preenche o espaço e separa conteúdos nas aberturas. Abaixo, após outra linha fina, o número de cada capítulo se apresenta, dessa vez em um tamanho maior, alinhado à direita e em peso bold.

Quanto às edições serializadas, Muller apresenta o conteúdo de forma completamente diferente (Figura 55), devido à natureza distinta entre este tipo de publicação e a edição capa dura.

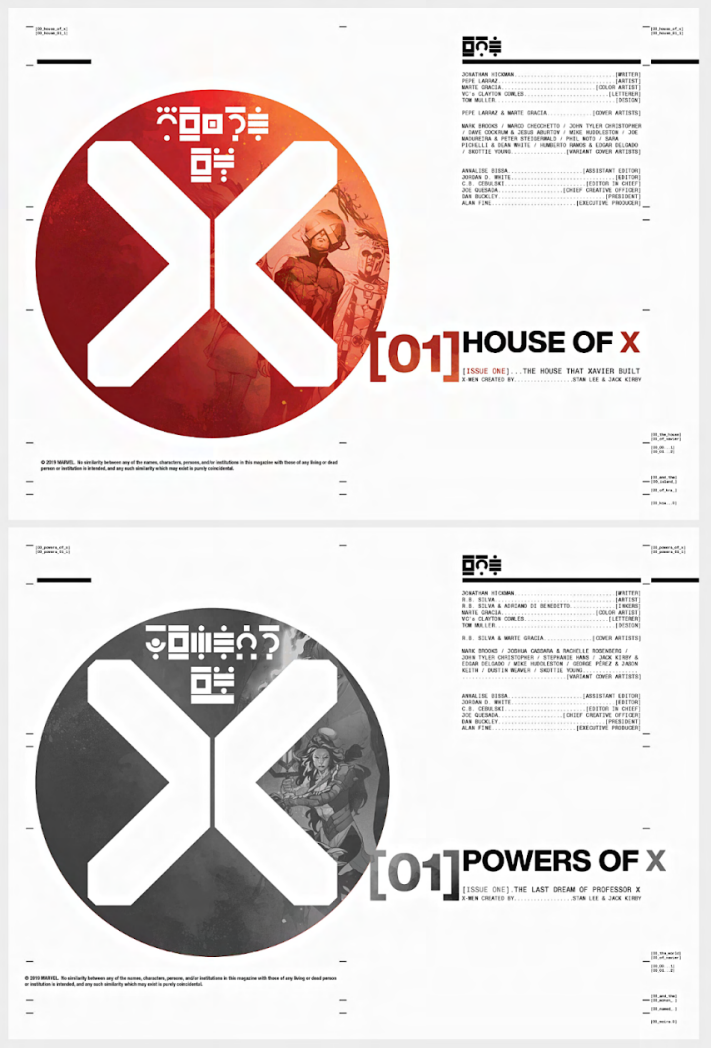


Figura 55 - Páginas de abertura das edições nº1 de House of X e Powers of X
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Também em uma página dupla, as informações como título, créditos, número da edição e título do capítulo aparecem na página ímpar, enquanto a página par se mostra mais decorativa. À esquerda, a arte de capa do respectivo quadrinho é sobreposta dentro de um círculo colorido em gradiente, com o X branco dentro da forma e logo acima o título escrito a partir dos caracteres ficcionais da obra. Nas edições de House of X o círculo é colorido por um gradiente de um vermelho alaranjado escuro e um laranja mais claro, enquanto em Powers of X o gradiente aparece em tons de preto e cinza. A forma se posiciona centralizada verticalmente, porém sua escala muito grande faz com que a mesma também chegue a preencher parte da página direita.

À direita, os créditos se posicionam na parte de cima da página em *Helvetica Monospaced,* com uma linha espessa separando os créditos de caracteres ficcionais acima da linha. Abaixo, o número da edição se apresenta dentro de colchetes e chega a tocar e sobrepor uma pequena parte da forma circular à esquerda, enquanto o título da respectiva edição aparece à direita, ambos em Helvetica Now XDisplay Bold. Tanto o número da edição quanto a letra X no título são coloridos de acordo com a forma circular, ou seja, em gradientes vermelho e laranja no caso de *House of X,* e cinza e preto em *Powers of X.* Abaixo, o título da edição aparece menor em *Monospaced.*

Já se tratando dos demais elementos textuais, Muller utiliza em *House of X/Powers of X* o recurso das páginas de texto (ou *datapages*) e infográficos, já recorrentes nos trabalhos de Jonathan Hickman, além de citações normalmente no início de cada capítulo/edição e um conjunto de páginas específicas carregando uma colagem. Estes conteúdos integram igualmente tanto as edições serializadas quanto a edição capa dura. Para facilitar a análise do conteúdo do quadrinho, estas páginas de texto, infográficos e demais conteúdos são agrupados neste trabalho em oito categorias: citações e demais textos centralizados; textos “comuns”; textos apresentados junto a listas; textos apresentados junto a formas, infográficos ou figuras; infográficos, diagramas e figuras de fato; colagens e mapas.

Partindo das citações que aparecem normalmente ao início de cada edição (Figura 56), Muller cria páginas onde o texto, mesmo que curto, é o centro verticalizado da página, a preenchendo com equilíbrio e criando um ritmo mais “silencioso”. O *designer* dispõe o texto centralizado, justificado e com largura mais “apertada”, com a citação em Helvetica Monospaced e o respectivo autor[10] de cada frase espaçado abaixo, em caixa alta. A citação, junto a formas de cantos em formato de “L” que delimitam o espaço central, ocupam o espaço de duas das quatro colunas criadas por seu grid (o que se torna visível justamente pela presença destas arestas). Símbolos e caracteres ficcionais dentro de colchetes são encaixados abaixo e acima do texto, também contribuindo para as páginas de citações não serem percebidas como “vazias”, mesmo com pouco conteúdo disposto nelas. As citações aparecem com mais frequência no início de cada capítulo, em alguns casos também podem ser posicionadas no final da cada capítulo e em ocasiões mais raras no meio dos capítulos. Estas páginas desempenham um papel de introduzir e

[10] As citações da obra são de personagens da própria história

imergir o leitor no mundo ficcional da história, além de criar momentos silenciosos e dramáticos na mesma.

Figura 56 - Exemplo de duas páginas de citações de House of X/Powers of X
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Algumas outras páginas de texto e infográficos também dispõem seus conteúdos centralizados verticalmente, porém em quantidades de texto maiores Muller ajusta este layout (Figura 57).

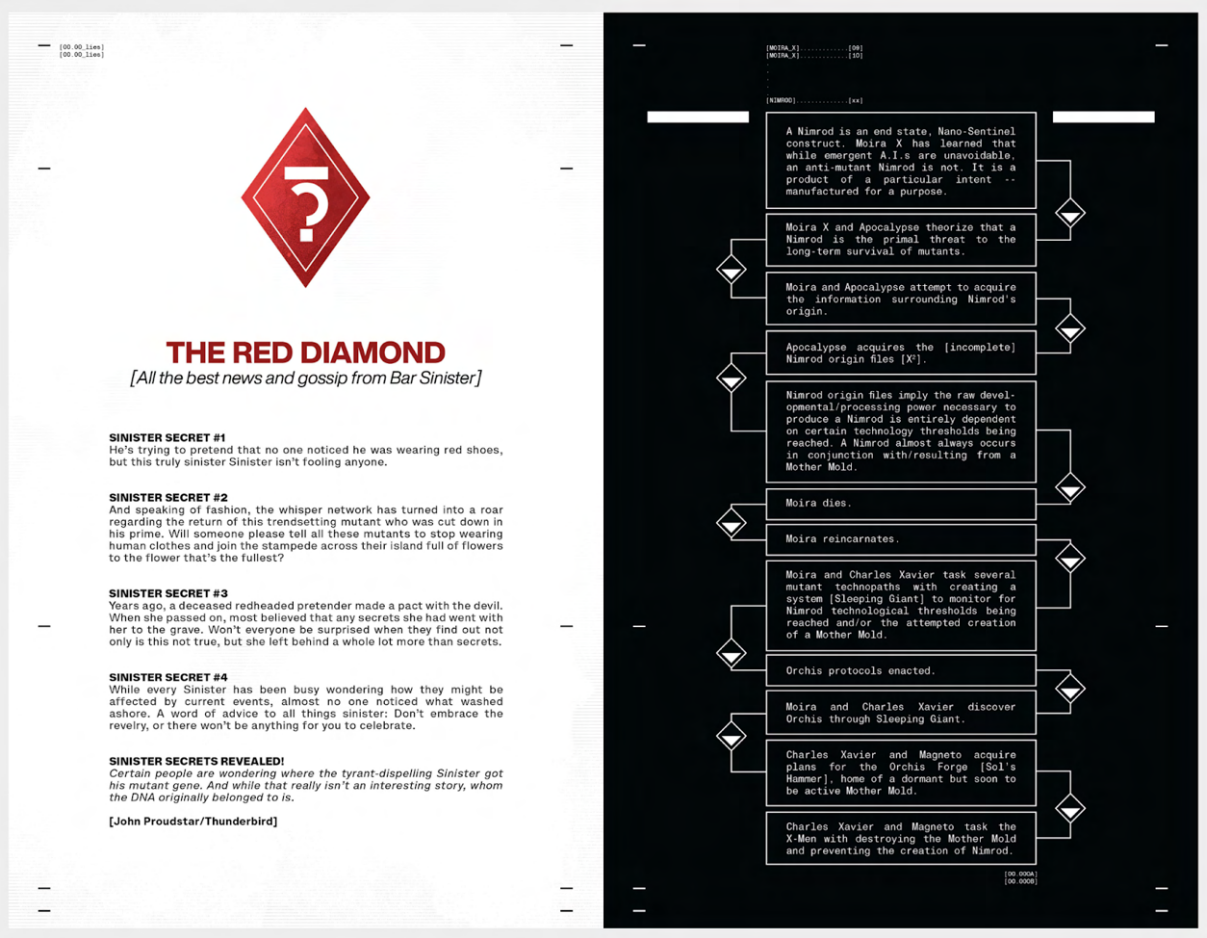


Figura 57 - Exemplos de outras páginas de texto ao centro da página, a direita a página do capítulo 8 intitulada "The Red Diamond", e a esquerda uma linha do tempo em texto do capítulo 6
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Nas páginas intituladas *"The Red Diamond"* no capítulo 8, Hickman escreve uma lista de tópicos mais extensa, o que faz com que o grid de quatro colunas tenha que ser adaptado para um grid de oito colunas, mantendo as proporções, porém gerando mais opções de disposição de espaços no centro da página. O texto, justificado ao centro, ocupa o equivalente a seis das oito colunas, deixando assim os espaços das demais colunas como espaços vazios aos lados. O texto nessas páginas também "quebra" alguns padrões da obra, utilizando a Helvetica Now XDisplay em todo o espaço da página, tanto em caixa alta e baixa quanto nas versões regular e bold.

Já no caso do capítulo 6, em um página detalhando um ponto da história através de uma linha do tempo em texto, Muller opta por manter uso dos espaços do grid de quatro colunas como nas citações, porém diminuindo o tamanho da

tipografia e do espaçamento entre as linhas. Para criar uma estrutura mais agradável, mesmo com quantidades maiores de texto com menos espaço e tamanho, o *designer* separa cada parágrafo (e momento do tempo sendo exposto no texto) através de caixas ou *boxes* retangulares ao redor de cada um deles, e adiciona linhas e formas quadradas interligando cada caixa para informar a continuidade de cada texto presente em cada *box*. A leitura também é facilitada pela inversão na presença das cores usadas como padrão nas páginas de texto, que neste caso possuem fundo preto e elementos em branco, criando uma página com menor presença de claridade e brilho, e que também se destaca em meio às anteriores e posteriores.

Tratando-se das páginas de texto mais “comuns”, que contém somente conteúdo textual em destaque, como citado no tópico anterior, Muller utiliza textos justificados em *Helvetica Monospaced*, posicionados ao lado direito da página e ocupando três das quatro colunas utilizadas em seu grid, deixando uma coluna de espaço vazio quanto a conteúdo textual (Figura 58)l.

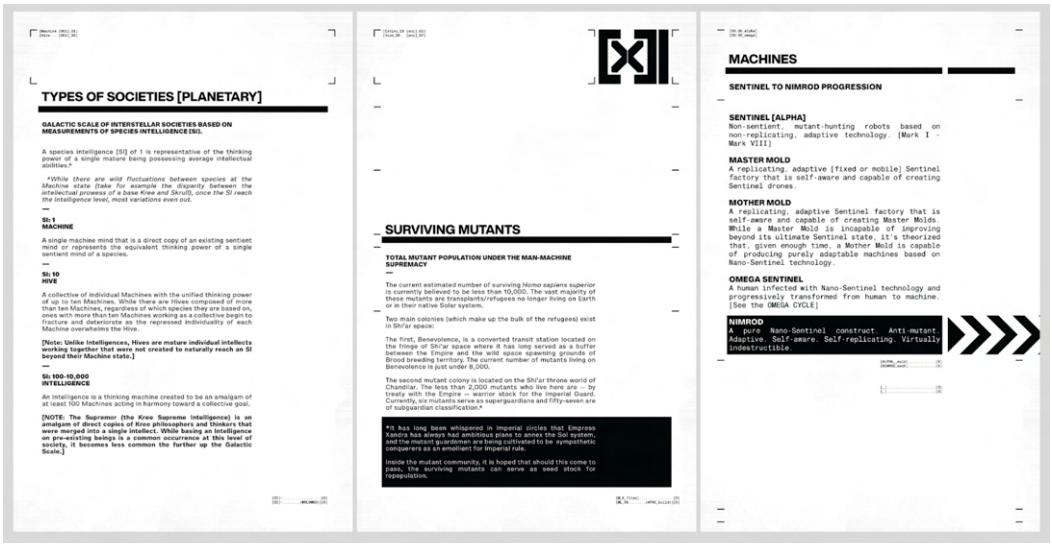


Figura 58 - Exemplos de páginas de texto de House of X/Powers of X
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Os títulos e subtítulos se apresentam em *Helvetica Now XDisplay Bold*, respectivamente em caixa alta com tamanho maior e caixa baixa seguindo o tamanho do texto. A já recorrente linha espessa atuando como “barra” separa o título do texto em si, e o espaçamento entre estes elementos e o topo da página pode variar. Os outros elementos das composições, apesar de seguirem este padrão, também variam (Figura 58). Em determinadas páginas o *designer* segue o

layout descrito e varia somente o comprimento das linhas espessas, que podem ocupar a mesma largura do texto, se estender até a margem da página ou até mesmo serem divididas. Em outras, acima do título é adicionado um símbolo ou letra relacionado ao assunto da página, dentro de colchetes, que pode se posicionar ao lado esquerdo, direito ou centralizado na página. Outro elemento do layout variável é posicionamento vertical do texto, já que ele pode ser colocado tanto na parte superior da página, e criar um espaço vazio abaixo caso não seja tão extenso, quanto na metade inferior da página, deixando um espaço vazio na parte de cima. Para destacar partes ou parágrafos do texto em algumas páginas, o *designer* os insere em branco dentro de uma forma retangular preta, invertendo as cores da página naquele espaço (preto no branco se torna branco no preto) e dando ênfase ao conteúdo ali inserido. Também podem ser inseridas, ao lado destes destaques em preto, setas direcionadas à direita, informando ao leitor que aquele conteúdo em destaque é tópico da página seguinte e sugerindo a virada da página.

Já em relação a páginas que carregam texto junto a formas, infográficos ou diagramas (Figura 59), Muller também segue os padrões que estabelece para o texto, porém a inclusão de outros conteúdos na página muda a composição do *designer* para a mesma.

Figura 59 - Exemplos de páginas utilizando texto junto a figuras, de House of X/Powers of X
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Tratando-se de texto junto a formas, o uso de retângulos seguindo as proporções das 4 colunas do grid criado por Muller facilita a disposição dessas formas na página. O *designer* utiliza o gradiente de tons vermelho e laranja ao

preencher os retângulos para criar ênfase, enquanto o preto é usado para uma percepção mais contida dos conteúdos ali inseridos. O contraste entre as formas em preto e as formas em gradiente faz com que, ao serem usadas juntas, cada forma crie uma ênfase diferente à sua maneira. O gradiente de tons quentes passa uma ideia de destaque e alerta, enquanto o preto como uma cor forte e dominante passa seriedade e, inserido em meio a formas coloridas, um destaque mais voltado ao "mistério". Os retângulos, apesar de ocuparem e preencherem um espaço considerável na página, são alinhados à direita, lado oposto do texto, dando mais equilíbrio à composição. Dentro das formas, na parte superior, estão símbolos, ícones e índices representando de forma mais visual o conteúdo textual ali também contido, criando módulos de informações similares a cartas ou cartões.

Já ao lidar com infográficos, diagramas ou figuras (Figura 60), que inserem na página uma maior quantidade de elementos e conteúdos, o *designer* opta por dividir as páginas horizontalmente e usar na parte superior um fundo preto e elementos brancos, enquanto a parte inferior segue o padrão de preto no branco.

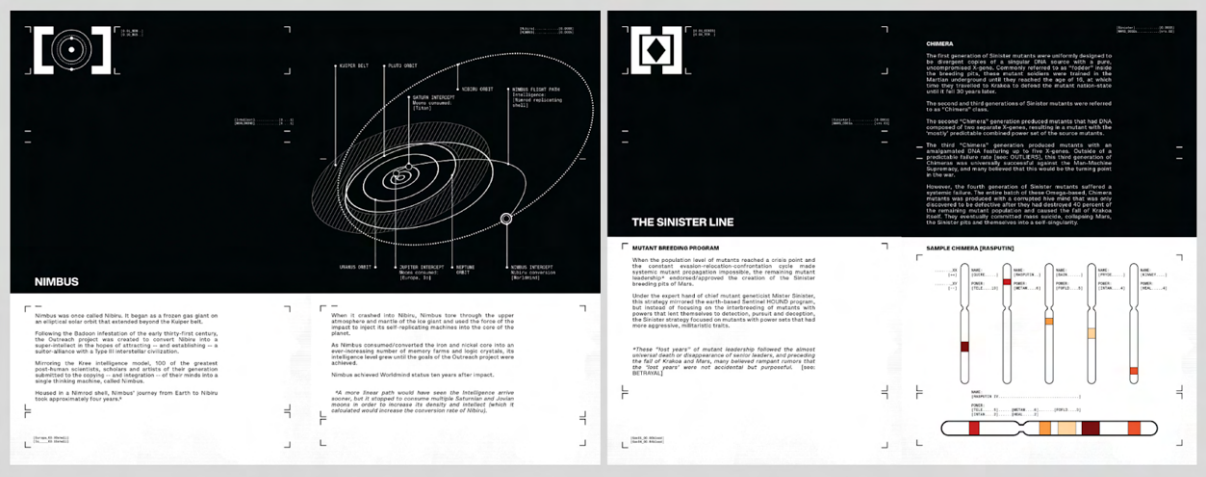


Figura 60 - A esquerda à página dupla do capítulo 4 intitulada "Nimbus", e à direita a página dupla intitulada "The SInister Line", do capítulo 2. Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

A divisão das metades da página pode tanto gerar metades exatas, quanto uma metade superior ocupando maior espaço. Se tratando dos infográficos dessas páginas em si, na página dupla do capítulo 4 intitulada "Nimbus" a página par exibe em sua metade superior somente um símbolo no topo esquerdo, enquanto a página ímpar contém um infográfico simples que usa formas circulares e elípticas para explicar visualmente a trajetória do planeta Nimbus. O texto é posicionado na

metade inferior, e menor, das páginas e explica textualmente o mesmo conteúdo, enquanto o título se posiciona acima do texto na página par, na parte de baixo da metade superior, em branco. Ao utilizar essa disposição, Muller destaca o conteúdo visual na parte superior, que ajuda o leitor a compreender o texto, e dá menos espaço ao conteúdo na parte inferior, o que permite que o texto seja quebrado de forma mais igualitária em cada página.

Em outro exemplo, na página dupla do capítulo 2 intitulada “The Sinister Line”, a divisão horizontal das páginas se dá em metades iguais. Apesar da página par se apresentar de forma similar ao exemplo anterior, na página ímpar o *designer* inverte as posições do texto e das figuras explicativas. O texto agora se posiciona na parte superior, enquanto as figuras representando cromossomos e genes ficam na parte inferior. Para representar os diferentes genes, Muller volta a utilizar cores vindas de seu gradiente entre vermelho escuro e laranja, que agora não transmitem intensidade e sim diferenciação.

Adentrando às páginas contendo texto e listas (Figura 61), Muller normalmente opta por dispor o conteúdo de listas ou tabelas ocupando todo o espaço horizontal das páginas (fora as margens), preenchendo espaços vazios com linhas finas e extensões de caixas de texto.

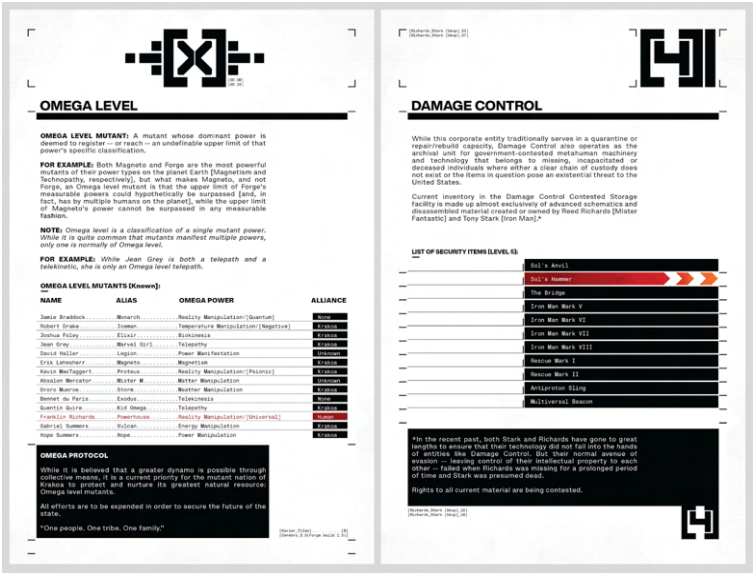


Figura 61 - Exemplos de páginas contendo textos e listas de informações.
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

O uso de texto inserido em caixas retangulares (podendo ser preenchidas em preto ou pelo gradiente colorido já citado) volta a aparecer, novamente destacando

seções de informações ali dispostas e dando peso a uma parte específica da lista ou tabela da obra. Desta forma o *designer* informa ao leitor as informações mais relevantes dessas listas ou tabelas. Muller não só usa o recurso das cores para destacar uma informação, como também insere setas em branco (em espaço negativo, graças ao fundo branco) direcionando o leitor para a página seguinte do quadrinho, relacionada a esta informação destacada.

Já as páginas com mais conteúdo visual e menor presença de texto podem conter tanto mapas, infográficos ou diagramas, que se utilizam de formas e figuras como o centro do conteúdo. Se tratando de mapas, sejam eles de lugares ficcionais ou reais, o quadrinho utiliza pouco este recurso, que aparece somente nos capítulos 1, 9 e 11 (Figura 62).

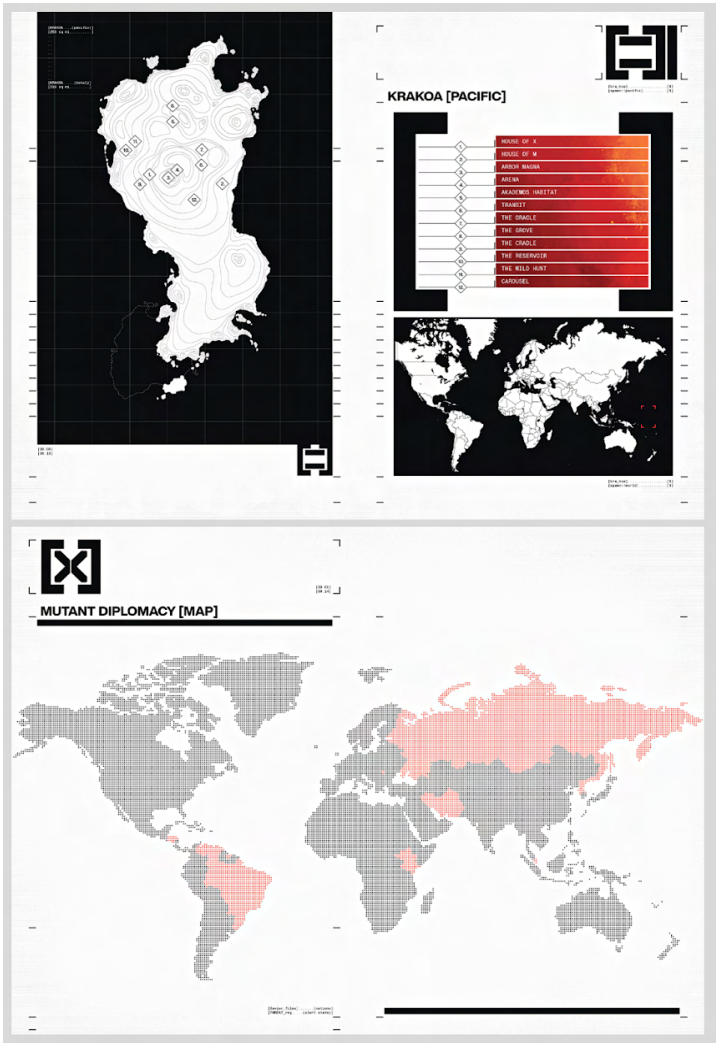


Figura 62 - Exemplos de mapas, no topo um mapa do capítulo 1 exibindo a Ilha de Krakoa e um mapa mundi em menor escala, e abaixo um mapa do capítulo 9 exibindo um mapa mundi com alguns países destacados em vermelho
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Os mapas podem ou não conter legendas, e podem tanto ser mapas que apresentam espaços maiores com menor detalhe, mapas mais específicos com marcas de relevo ou mapas mais estilizados que destacam determinados locais. Em páginas ao lado dos mapas, listas dentro de colchetes servem como legendas para as informações dos mapas, usando novamente o gradiente vermelho em *boxes* para destacar informações.

Se tratando dos infográficos do quadrinho (exemplificados na Figura 63), Muller utiliza formas circulares como o principal elemento dessas composições, juntamente as cores que destacam elementos, criam intensidades e distinguem partes do conteúdo. Já em diagramas, o *designer* utiliza linhas para ligar e hierarquizar os objetos e formas ali inseridos.

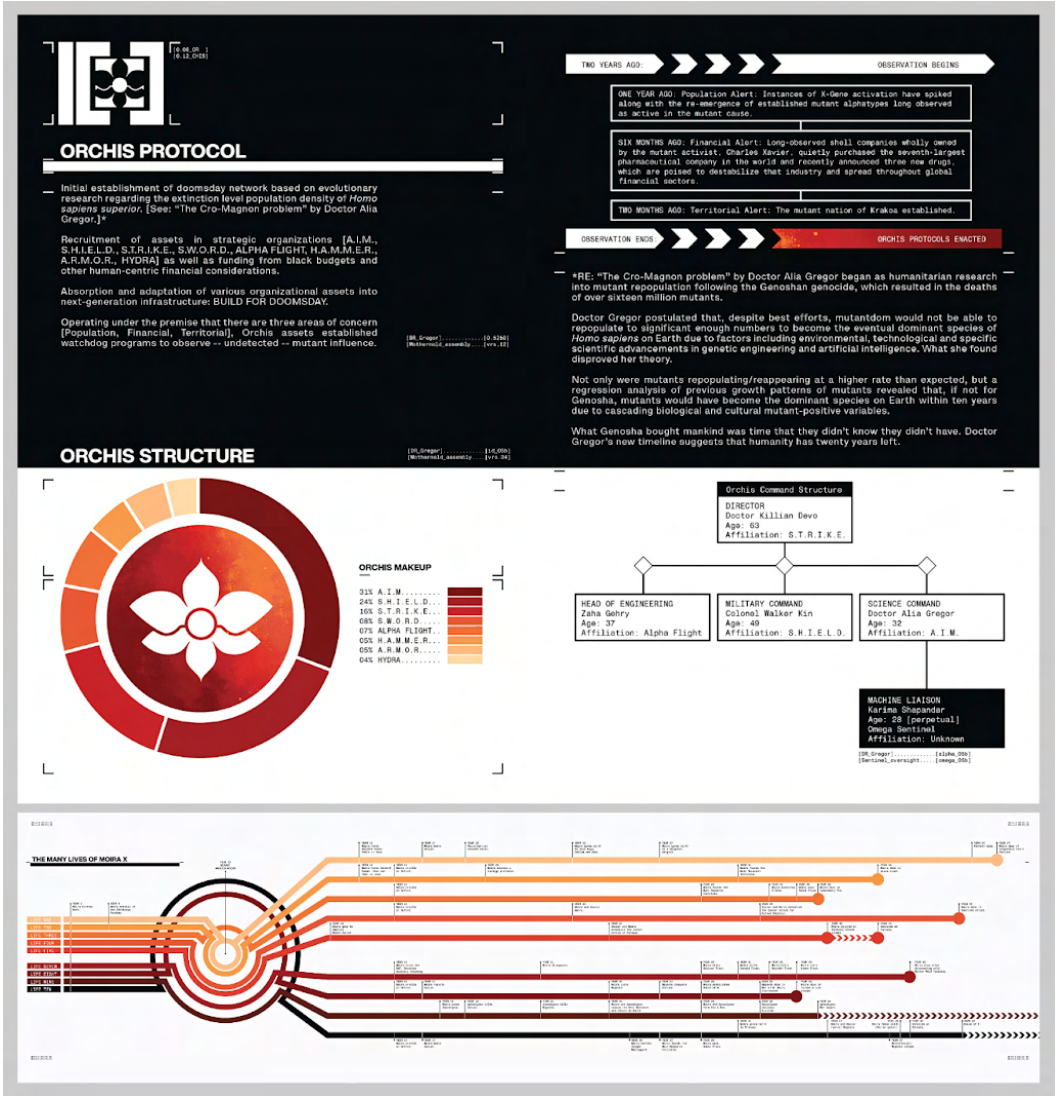


Figura 63 - Exemplos do uso de infográficos e diagramas em House of X/Powers of X. Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019).

Logo no primeiro capítulo, em uma página dupla detalhando a organização “Orchis” do quadrinho, pode-se encontrar exemplos de diversos recursos e disposições usados pelo *designer*. Divididas em duas metades como previamente citado, na página par um título e texto aparecem na parte superior seguindo os padrões de texto de Muller, enquanto na parte inferior um gráfico circular utiliza as cores do gradiente já mencionado para diferenciar diferentes partes do círculo e consequentemente da organização “Orchis”, com o símbolo da mesma no centro. No topo da página ímpar, três parágrafos de texto em três contornos de caixas retangulares são ligados por linhas centrais, e logo acima e abaixo linhas espessas não só separam esses textos do texto logo abaixo, como também utilizam setas em espaços negativos. Na parte inferior da página, a hierarquia da organização é exibida através de formas triangulares interligadas por linhas e quadrados.

Ademais, uma das principais sequências de páginas utilizando infografia se apresenta no Capítulo 3, com o título “The Many Lives of Moira X”, onde ao longo de oito páginas são apresentadas 10 linhas do tempo paralelas referentes à personagem Moira X.

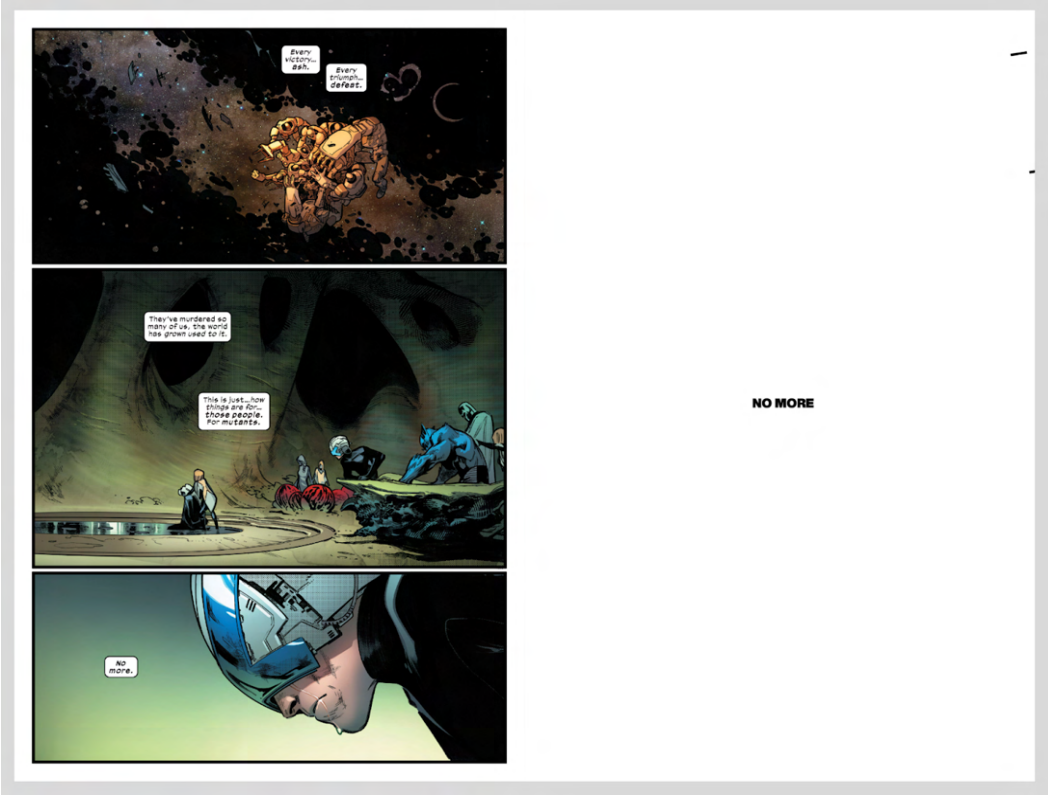


Figura 64 - A esquerda a última página de quadrinho antes da página à direita que precede a sequência de colagens digitais em página dupla
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Por fim, a colagem digital é uma técnica usada somente uma vez no quadrinho, em uma sequência de sete páginas no capítulo 7 (Figura 66), porém o impacto do trabalho de Muller nestas páginas é crucial para a obra. Ao lado de uma página do quadrinho em si, uma página ímpar em branco aparece com os dizeres “NO MORE” ("não mais" em inglês) em Helvetica Now XDisplay bold caixa alta, frase esta que foi utilizada na página anterior da narrativa do quadrinho (Figura 65).

Muller resgata a frase diretamente da narrativa de arte sequencial para a narrativa gráfico-textual do quadrinho, e a partir disso se iniciam mais seis páginas de colagens em preto e branco, mesclando em um fundo branco listas de dados utilizados anteriormente no capítulo com os traços pretos da arte do desenhista da edição (Pepe Lárraz). As barras horizontais pretas usadas nas listas que Muller insere na página são redimensionadas para ocupar múltiplas páginas, criando continuidade na colagem, um movimento na direção da leitura (direita) e também dando peso e impacto às informações ali dispostas.

Figura 65 - Acima, a sequência de três páginas duplas que formam a colagem do capítulo 7. abaixo as duas páginas duplas principais da colagem citada em maior detalhe.
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2019)

Conteúdos inéditos, criados para esta página especificamente, também aparecem em meio aos recortes, emulando páginas e manchetes de jornais. Os elementos dessas páginas se sobrepõem uns aos outros, criando uma impressão de que estão “saltando” da página e chegando cada vez mais perto do leitor (ou seja, ficando cada vez maiores). A sequência é encerrada por uma página dupla em fundo preto, com os dizeres “NO MORE” aparecendo novamente, porém desta vez em uma dimensão maior, ocupando parte da página esquerda, e em branco, com traços da arte sobrepostos na palavra “NO” em preto e sobre fundo em tons de cinza. A arte do personagem exibido na página anterior a esta sequência aparece ao fim em preto e branco.

Nesta sequência, Muller utiliza textos junto a imagens e a força do preto e branco para criar impacto e que se insere diretamente na trama do quadrinho como um ponto de virada. Essas páginas funcionam como uma intervenção equivalente a videoclipes ou videomontagens inseridos em meios como cinema e séries de TV, porém sem o recurso do som ou do movimento (neste caso, literal) utilizado nestas mídias. Pode-se dizer que um dos ápices da obra não é apresentado através dos quadrinhos em si, e sim do Design.

4.2.3. Materialidade

Tratando-se dos aspectos físicos e materiais de House of X/Powers of X as edições serializadas e a edição capa dura se diferem consideravelmente em quase todos os aspectos. Isso se dá pelo quadrinho ter sido originalmente publicado em edições *single-issue,* que costumam ser mais baratas, possuem um número de páginas menor e remetem mais a revistas de fato, para somente depois ter sua primeira edição em capa dura (*Hardcover* ou HC) compilando a obra completa, já em um formato mais bem acabado, de custo maior, com grande número de páginas e mais próximo da publicação de livros em capa dura.

Em suas doze edições serializadas, *House of X* e *Powers of X* foram publicadas como duas minisséries separadas, mas seguindo o padrão da editora na época. As publicações se deram na dimensão de 266 x 170 mm, conhecido como “formato americano” para quadrinhos, com 32 páginas a cada edição, impressão colorida e lombada canoa com encadernação grampeada. O papel utilizado no miolo é um couche fosco, próximo a 75 g/m² (na medição estadunidense, *50lb text matte*),

enquanto na capa é utilizado um papel couche brilho, próximo a 90 g/m² (na medição estadunidense, *60lb text glossy*).

Figura 66 - Foto das edições serializadas de House of X (esquerda) e Powers of X (direita)
Fonte: eBay (2019)

Já na edição capa dura, principal tópico deste trabalho, a obra *House of X*/*Powers of X* foi publicada em formato *oversized*, ou seja, mantendo a proporção mas com um tamanho um pouco maior que um quadrinho americano padrão como as edições serializadas. Além de ser um formato mais caro e de certa forma luxuoso, ele concede ao quadrinho uma facilidade maior de leitura e uma apreciação melhor do trabalho dos desenhistas.

Figura 67 - Fotos de páginas da edição capa dura.
Fonte: Autor (2023)

A publicação se deu na dimensão de 294,6 x 195,6 mm, com 448 páginas no total, em uma impressão colorida e capa dura revestida em papel, possivelmente com laminação fosca e folhas de guarda pretas. O papel utilizado no miolo é um couche brilho, próximo a 90g/m² (na medição estadunidense, *60lb text glossy*), enquanto na sobrecapa ou *dust jacket* é utilizado um papel brilhante similar ao papel fotográfico, próximo a 150 g/m² (na medição estadunidense, *150lb text glossy*), impresso frente e verso. A sobrecapa também conta com orelhas de aproximadamente 9,75mm de largura.

Por fim, pode-se observar a diferença profunda entre as duas publicações do quadrinho, com a edição capa dura se apresentando como uma edição de luxo através de um papel, capa e acabamentos de maior qualidade e custo. Esta edição também agrega valor ao quadrinho através do papel interno de maior gramatura e brilho, o que gera cores mais vibrantes e maior contraste, e também o tamanho *oversized,* que proporciona uma leitura mais fácil em termos de legibilidade, pelo tamanho maior. Os imersivos novos conteúdos pré-textuais e até mesmo textuais, no caso das aberturas de capítulo, também são adições consideráveis à obra.

5. Conclusão e Considerações Finais

A partir da análise do trabalho de Tom Muller em *House of X/Powers of X,* é possível observar como o entendimento e aplicação dos princípios do design gráfico e editorial é capaz de impactar e amplificar a forma de uma história em quadrinhos. Apesar das influências modernistas já aparecerem em trabalhos anteriores de Muller, enquanto o uso de alguns estilos de apresentação e páginas de texto ou infografia também já apareciam em outros trabalhos do roteirista Jonathan Hickman (ver Apêndice A), a combinação destes dois profissionais gerou uma obra carregada de conteúdo textual e gráfico, onde um design distinto e decisivo aparece desde a capa até a última página.

Como pode-se observar nos capítulos deste trabalho contextualizando os quadrinhos norte-americanos, o design proposto por Tom Muller em *House of X/Powers of X* se difere tanto dos designs anteriores da franquia X-Men quanto do que era tipicamente proposto pelas editoras de super-heróis nas décadas passadas. Esse contraste só é possível hoje, graças ao impacto que as *graphic novels* tiveram a partir da década de 1980, não só possibilitando publicações de quadrinhos com mais elementos editoriais, como também contribuindo no processo de legitimação dos quadrinhos como conteúdo. Esta década dos quadrinhos mainstream norte-americanos foi caracterizada por obras mais rebuscadas, adultas e vistas como “sérias”, e *House of X/Powers of X* se aproveita do legado deste marco. O quadrinho utiliza o design gráfico como principal ferramenta para construir uma obra que imprime um estilo documental e modernista ao que ainda é, essencialmente, uma história de super-heróis.

As revistas *House of X* e *Powers of X* ocuparam o Top 10 de quadrinhos serializados mais vendidos nos Estados Unidos em 2019, segundo o site Comichron, com as primeiras edições de cada série chegando a ganhar quatro novas impressões adicionais. Já a edição *hardcover* não só foi a *graphic nov*el mais vendida para as *comic shops* americanas no mês de seu lançamento, como também e mais re-encomendada nos meses após o seu lançamento, a *graphic novel* que movimentou mais dólares nas *comic shops em 2019* e a sexta *graphic novel* mais vendida do ano seguinte. Esses dados demonstram como a obra teve sucesso e popularidade no mercado norte-americano de quadrinhos, e como o design de

Muller não somente alcançou um público volumoso, como também popularizou seu estilo e estética neste meio específico.

Em relação ao que sucedeu a obra e também à outra possibilidade de pesquisa, após *House of X/Powers of X* a linha de quadrinhos de X-Men foi relançada, seguindo os princípios e estilos do design da obra como fundação para novas revistas da franquia. Tom Muller foi e é o responsável por desenvolver os logotipos das revistas e os projetos gráficos de suas edições encadernadas (*trade paperback* e *hardcover),* enquanto seu trabalho nas páginas de conteúdo textual serviram como modelos e *templates* para roteiristas, letristas e editores usarem a linguagem visual proposta pelo *designer* nas demais publicações da franquia X-Men. O X criado por Muller não só foi utilizado no logotipo seguinte da revista X-Men e até mesmo dentro das artes dos quadrinhos, como também foi a base para uma tipografia display chamada *X-DISPLAY* que o *designer* utiliza nos logotipos e capas das revistas da franquia.

Em virtude de todas as questões abordadas, pode-se afirmar que o trabalho de Tom Muller foi capaz de criar um estilo visual distinto para *House of X/Powers of X,* ao utilizar formas, layouts, hierarquias, cores e tipografia não só para gerar uma estética própria e chamativa, como também para comunicar as informações e conteúdos dispostos dentro do quadrinho de forma a transmitir compreensão e imersão ao leitor de quadrinhos.

6. REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin. HARRIS, Paul. **Fundamentos de Design Criativo**. Bookman, 2012.

BACK TO the brand logo. Tecno, 2020. Disponível em: <https://www.tecnospa.com/en-us/archives/back-to-the-brand/>. Acesso em: 28 jan. 2023.

BEATY, Bart. **Comics versus art.** Toronto/Buffalo/London: University of Toronto Press Incorporated, 2012.

BENTON, Mike. **The Comic Book in America: An Illustrated History**. Dallas: Taylor Publishing, 1989

BERKSON, William. Reviving Caslon Part 2: **Readability, affability, authority**. nov. 2010. Disponível em: <https://ilovetypography.com/2010/11/02/reviving-caslon-part-2-readability-affability-authority/>. Acesso em: 25 jan. 2023

BIGMAN, Alex. **Saul Bass: The man who changed graphic design**. jun. 2012. Disponível em: <https://99designs.com.br/blog/famous-design/saul-bass-graphic-designer-of-a-century/#comment-4153578>. Acesso em: 02 jan. 2023

BRINGHURST, Robert. **Elementos Do Estilo Tipográfico - Versão 3.0**. Cosac & Naify, 2005

BUTLER, Andy. **interview with graphic designer tom muller of hellomuller**. dez. 2014. Disponível em: <https://www.designboom.com/design/interview-with-graphic-designer-tom-muller-of-hellomuller-12-26-2014/>. Acesso em: 02 jan. 2023

CARSON, Nick. **Brand Impact Awards 2020: All the winners revealed**. abr. 2021. Disponível em: <ttps://www.creativebloq.com/news/brand-impact-awards-2020-winners#section-bronze-award-winners/>. Acesso em: 19 nov 2022

CARTER, Dom. **Marvel reveals new X-Men logo**. mai. 2019. Disponível em: <https://www.creativebloq.com/news/marvel-reveals-new-x-men-logo/> Acesso em: 23 jan. 2023

CARVALHO, Beatriz Sequeira de. **O processo de legitimação cultural das histórias em quadrinhos**. 2017. Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-31102017-123128/>. Acesso em: 11 dez. 2022

COMMUNICATION ARTS: Tom Muller's X-design variants for Marvel honored with an Award of Excellence. Typeroom, 2021. Disponível em: <https://www.typeroom.eu/communication-arts-tom-muller-x-design-marvel-award-of-excellence#:~:text=Communications%20Arts%20magazine%20has%20presented%20graphic%20designer%20Tom,Marvel%20design%20variants%20on%20a%20number%20of%20X-series/>. Acesso em: 19 nov. 2022.

COOKE, Stephanie. **A Glossary of Comic Book Terminology**. fev. 2013. Disponível em: <https://www.creatorresource.com/a-glossary-of-comic-book-terminology/> Acesso em: 09 jan. 2023

COUCH, Chris. **The Publication and Formats of Comics, Graphic Novels, and Tankobon**. dez. 2000. Disponível em: <https://www.imageandnarrative.be/inarchive/narratology/chriscouch.htm>. Acesso em: 27 dez. 2022

CRONIN, Brian. **The Origin of Marvel Comics Trade Paperbacks**. out. 2019a. Disponível em: <https://www.cbr.com/marvel-comics-trade-paperbacks-origin/> Acesso em: 11 dez. 2023

CRONIN, Brian. **What Was the First DC Comics Trade Paperback Collection?** dez. 2019b. Disponível em: <https://www.cbr.com/first-dc-comics-trade-paperback-collection/>. Acesso em: 11 dez. 2023

DC GRAPHIC Novel (1983—1986). DC Database, 2010. Disponível em: <https://dc.fandom.com/wiki/DC_Graphic_Novel_Vol_1/>. Acesso em: 11 dez. 2022.

DINH, Christine. **Tom Muller on Designing the Evolution of X**. out. 2020. Disponível em: <https://www.marvel.com/articles/comics/tom-muller-designing-evolution-x-logo/>. Acesso em: 23 jan. 2023

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. Martins Fontes, 2000.

FLETCHER, Jared K. **Studio Fantabulous - Work**. 2023. Disponível em: <https://jaredkfletcher.com/projects/>. Acesso em: 19 dez. 2022

HAJDU, David. The Ten-Cent Plague: **The Great Comic-Book Scare and How It Changed America**. Farrar, Straus and Giroux, 2008.

HALUCH, Aline. **Guia prático de design editorial**. 2AB, 2013.

HARPER, David. **Design Talk: Tom Muller on Some of His Favorite Logos and Design from Comic History**. set. 2020. Disponível em: <https://sktchd.com/interview/design-talk-tom-muller-on-some-of-his-favorite-logos-and-design-from-comic-history/>. Acesso em: 2 jan. 2022

HARPER, David. Off Panel #22: **The Art of Comic Design with Tom Muller**. nov . 2015. Disponível em: <https://sktchd.com/podcast/off-panel-22-the-art-of-comic-design-with-tom-muller/>. Acesso em: 27 dez. 2022.

_____. Off Panel #215: **Data Pages with Tom Muller**. jul. 2019. Disponível em: <https://sktchd.com/podcast/off-panel-215-data-pages-with-tom-muller/>. Acesso em: 27 dez. 2022.

_____. Off Panel #333: **...And Scene with Kieron Gillen**. dez 2021. Disponível em: <https://sktchd.com/podcast/off-panel-333-and-scene-with-kieron-gillen/>. Acesso em: 24 dez. 2022.

_____. Off Panel #352: **The Game with James Tynion IV**. mai 2022. Disponível em: <https://sktchd.com/podcast/off-panel-352-the-game-with-james-tynion-iv/>. Acesso em: 24 dez. 2022.

_____. **The Art of Intelligent Design with "Zero" Designer Tom Muller [Interview]**. jan. 2014 Disponível em: <www.multiversitycomics.com/interviews/tom-muller-interview-zero/>. Acesso em: 28 dez. 2022.

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II - Como criar e produzir livros**. Edições Rosari, 2007.

HECK, Marcos**. Dicionário básico para leitores de quadrinhos mainstream**. 2018. Disponível em: <https://jamesons.com.br/dicionario-basico-para-leitores-de-quadrinhos-mainstream/ >. Acesso em: 09 jan. 2023.

HELMER, Timothy. **An interview with multi-talented graphic designer Tom Muller**. jul. 2012. Disponível em: <https://creative-network.org/interviews/interview-graphic-designer-tom-muller/>. Acesso em: 28 dez. 2022.

HUDSON, Laura. **Jonathan Hickman: The Design of Things to Come**. set. 2007. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20121008103845/http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/new-titles/adult-announcements/article/9731-jonathan-hickman-the-design-of-things-to-come.html>. Acesso em: 30 dez. 2022.

KLEIN, Todd. **COMIC BOOK LOGOS, A BRIEF HISTORY**. jul. 2007a. Disponível em: <https://kleinletters.com/LogosTop.html>. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. **WHAT DESIGN MEANS IN COMICS**. jul. 2007b. Disponível em: <https://kleinletters.com/DesignTop.html>. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. **Logo Study: X-Men Part 1**. out. 2007c. Disponível em: <https://kleinletters.com/Blog/logo-study-x-men-part-1/>. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. **Logo Study: X-Men Part 2**. out. 2007d. Disponível em: <https://kleinletters.com/Blog/logo-study-x-men-part-2/>. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. **Logo Study: X-Men Part 4**. out. 2007e. Disponível em: <https://kleinletters.com/Blog/logo-study-x-men-part-4/>. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. **Logo Study: X-Men Part 5**. out. 2007f Disponível em: <https://kleinletters.com/Blog/logo-study-x-men-part-5/>. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. **Logo Study: X-Men Part 6**. out. 2007g. Disponível em: <https://kleinletters.com/Blog/logo-study-x-men-part-6/>. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. **Logo Study: X-Men Part 7**. out. 2007h. Disponível em: <https://kleinletters.com/Blog/logo-study-x-men-part-7/>. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. **Logo Study: X-Men Part 8**. out. 2007i. Disponível em: <https://kleinletters.com/Blog/logo-study-x-men-part-8/>. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. **Logo Study: X-Men Part 9**. out. 2007j. Disponível em: <https://kleinletters.com/Blog/logo-study-x-men-part-9/>. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. **Logo Study: Spider-Man Part 2**. mar. 2008a. Disponível em: <https://kleinletters.com/Blog/logo-study-spider-man-part-2/>. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. **Logo Study: FANTASTIC FOUR Part 1**. jan. 2009a. Disponível em: <https://kleinletters.com/Blog/logo-study-fantastic-four-part-1/>. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. **Logo Study: FANTASTIC FOUR Part 2**. jan. 2009b. Disponível em: <https://kleinletters.com/Blog/logo-study-fantastic-four-part-2/>. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. **GASPAR SALADINO AT MARVEL 1967-68**. ago. 2022. Disponível em: <https://kleinletters.com/Blog/gaspar-saladino-at-marvel-1967-68/>. Acesso em: 23 dez. 2022.

LEVITZ, Paul. **Will Eisner and the Secret History of the Graphic Novel**. nov. 2015. Disponível em: <https://www.vulture.com/2015/10/will-eisner-graphic-novels-paul-levitz.html>. Acesso em: 13 dez. 2022.

LOPES, Paul. **Demanding respect: The evolution of the American comic book**. Filadélfia: Temple University Press, 2009.

LOUREIRO, Juliano. **Antologia: entenda o que é e veja alguns exemplos**. set. 2021. Disponível em: <https://www.livrobingo.com.br/antologia-entenda-o-que-e-e-veja-alguns-exemplos/> Acesso em: 09 jan. 2023.

LUPTON, Ellen. **Novos Fundamentos do Design**. Cosac & Naify, 2008

MARRIOT, Andrew. **Designer Interview With Tom Muller**. jul. 2019. Disponível em: <https://www.thelogocreative.co.uk/designer-interview-with-tom-muller/>. Acesso em: 09 jan. 2023.

MARVEL GRAPHIC Novel (1982—1989). Marvel Database, 2006. Disponível em: <https://marvel.fandom.com/wiki/Marvel_Graphic_Novel_Vol_1>. Acesso em: 11 dez. 2022.

MASSIMO VIGNELLI. Designculture, 2013. Disponível em: <www.designculture.it/interview/massimo-vignelli.html/>. Acesso em: 02 jan. 2023

MCDANIEL, CJ. **Comic Book Dimensions: What Authors Must Understand**. abr. 2021. Disponível em: <https://www.adazing.com/comic-book-dimensions/>. Acesso em: 25 jan. 2023.

MULLER, Tom. **Designing Fiction & Branding Stories**. nov. 2022. Disponível em: <https://hellomuller.com/>. Acesso em: 10 nov. 2022.

O'NEIL, Keith. **Comic Book Pros and Cons: Team Titles Versus Solo Series**. jan. 2017. Disponível em: <https://source.superherostuff.com/comics/pros-cons-team-titles-versus-solo-titles/>. Acesso em: 09 jan. 2023.

PETERSEN, Robert S. **Comics, Manga and Graphic Novels: A History of Graphic Narratives**. Praeger, 2011

PLUMMER, Jessica. **WHAT WAS THE FIRST COMIC BOOK?** jul. 2020. Disponível em: <https://bookriot.com/what-was-the-first-comic-book/>. Acesso em: 25 jan. 2023.

PORTO, Bruno de Almeida. **Superlogos: identidade gráfica dos logotipos das capas de revistas em quadrinhos brasileiras de super-herói**. 2017. 257 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

REED, Robby. **The Big Bang!** set. 2006a. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20190217040133/http://www.dialbforblog.com/archives/373//>. Acesso em: 06 dez. 2022.

REED, Robby. **The Big Chill!** set. 2006b. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20190328120144/http://www.dialbforblog.com/archives/376/>. Acesso em: 06 dez. 2022.

REED, Robby. **The Logomaker!** set. 2006c. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20190327165842/http://www.dialbforblog.com/archives/377/>. Acesso em: 06 dez. 2022.

REED, Robby. **The Big Fall!** set. 2006d. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20190217040222/http://www.dialbforblog.com/archives/381/>. Acesso em: 06 dez. 2022.

REED, Robby. **SIGNS of the TIMES** set. 2008. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20190327204810/http://www.dialbforblog.com/archives/495/>. Acesso em: 06 dez. 2022.

RUSU, Ruxi. **Saul Bass: Revolutionizing Cinema Through Graphic Design**. jul. 2021. Disponível em: <https://www.dailyartmagazine.com/saul-bass/>. Acesso em: 28 jan. 2023.

SAMARA, Timothy. **Elementos Do Design - Guia De Estilo Gráfico**. Bookman, 2010a.

_____. **Evolução do design: da teoria à prática**. Bookman, 2010b.

_____. **Guia De Design Editorial**. Bookman, 2011.

STINSON, Liz. **MARVEL BY DESIGN**. gestalten, 2021.

VAN AS, Trevor. **What's The Difference Between Graphic Novels and Trade Paperbacks?** nov. 2020. Disponível em: <https://www.howtolovecomics.com/2020/11/16/whats-the-difference-between-graphic-novels-and-trade-paperbacks/>. Acesso em: 29 dez. 2022.

VERGUEIRO, Waldomiro. **As histórias em quadrinhos no limiar de novos tempos: em busca de sua legitimação como produto artístico e intelectualmente valorizado.** Visualidades : revista do Programa de Mestrado em Cultura Visual, v. 7, n. 1, p. 14-41, 2009. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/001812604.pdf/>. Acesso em: 11 dez. 2022.

WARREN (PUBLISHER). Comic Vine, 2011. Disponível em: <https://comicvine.gamespot.com/warren/4010-173/>. Acesso em: 4 dez. 2022.

ZAP COMIX (Volume). Comic Vine, 2020. Disponível em: <https://comicvine.gamespot.com/zap-comix/4050-30068/>. Acesso em: 4 dez. 2022.

APÊNDICE A - Breve análise da produção de Jonathan Hickman

O roteirista responsável por House of X/Powers of X é Jonathan Hickman, um quadrinista norte-americano graduado em arquitetura, que anterior ao seu trabalho em quadrinhos teve uma carreira em *web design* e publicidade (HUDSON, 2007). Seu primeiro quadrinho foi *The Nightly News* de 2006, uma minissérie na Image Comics feita inteiramente pelo autor, desde os roteiros até a arte, colorização e letreiramento. Hickman tinha o objetivo de juntar quadrinhos e design gráfico (HUDSON, 2007), e fez toda a parte gráfica do quadrinho a partir de referências fotográficas e os softwares Adobe Illustrator e Photoshop. *The Nighly News* foi aclamado pela crítica e rendeu ao autor uma indicação ao Prêmio Eisner em 2008, em seguida seu segundo quadrinho *Pax Romana* também foi produzido da mesma maneira e com um estilo visual similar. Ainda em 2009 Hickman foi contratado pela Marvel como roteirista, e a partir de então seguiu paralelamente na Image Comics produzindo o roteiro de seus quadrinhos autorais.

Figura 68 - Exemplos de páginas dos quadrinhos The Nightly News e Pax Romana
Fonte: Adaptado de Image Comics

Em *Nightly News* e *Pax Romana* (Figura C4), Hickman usa ilustrações vetorizadas, onde aplica cores, gradientes, e texturas, junto a uma paleta de cores reduzida, utilizando diferentes valores de azul e laranja em *Nightly News* e adicionando também amarelo e roxo em *Pax Romana*, e nos canais de cor não utiliza o preto (K). O autor também utiliza bastante espaços negativos e contrastes fortes, porém o grande diferencial dessas obras na época foram o uso de infográficos e elementos vindos de design digital e informacional, que estariam presentes em quase todos os seus trabalhos subsequentes, mesmo que nem sempre com tanta força. Ao longo dessas obras, Hickman insere tabelas com informações, infográficos explicando algum elemento da história, nomes ou apresentações de personagens como “pop-ups” na página, símbolos e até mesmo caixas ou páginas de texto. O autor também usa constantemente formas e módulos circulares, além de combinação da cor branca com um fundo em gradiente de cor ou com uma imagem sobreposta ao gradiente de cor.

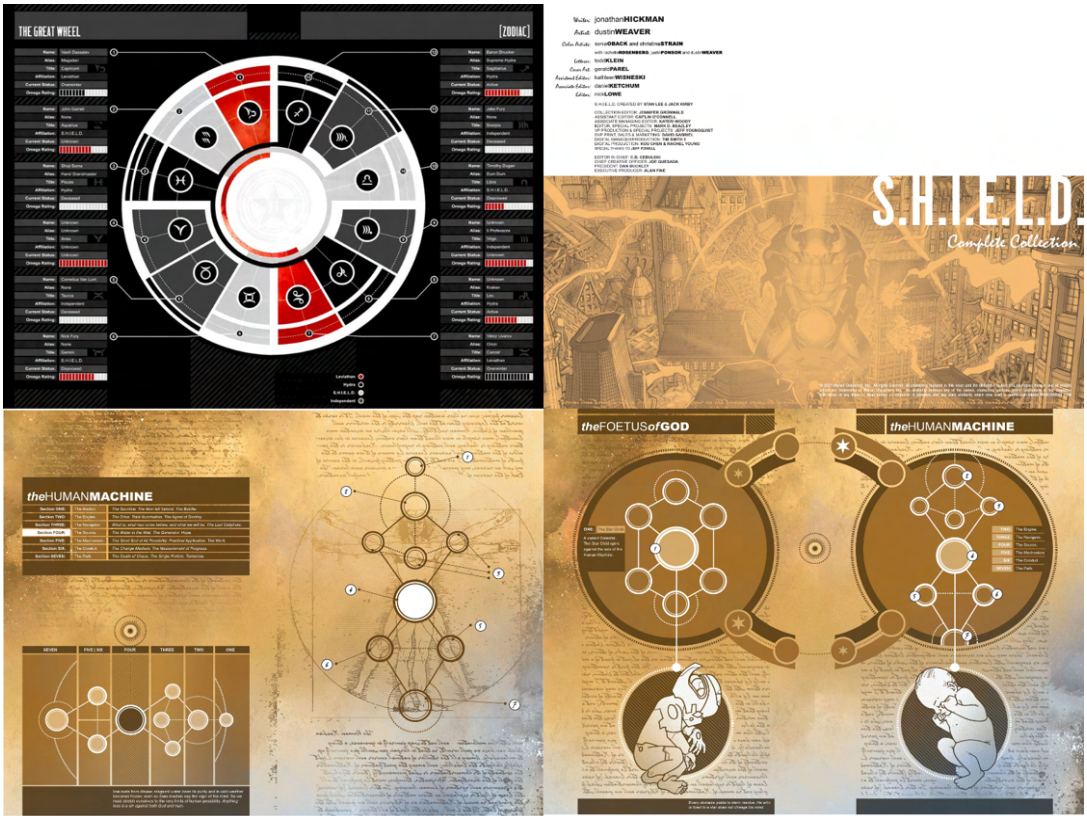


Figura 69 - Exemplos de aberturas de encadernado, aberturas de capítulo e infográficos em Secret Warriors e S.H.I.E.L.D
Fonte: Adaptado de Marvel Comics

Ao longo dos 10 anos entre sua entrada na Marvel e o início de *House of X/Powers of X*, Hickman produziu aproximadamente 25 diferentes séries de quadrinhos entre Marvel, Image Comics e Avatar Press. Trabalhando tanto com franquias populares como Vingadores e Quarteto Fantástico, quanto criando quadrinhos autorais de sucesso como *East of West* e *The Manhattan Projects*, ambas as frentes de seu trabalho lhe renderam nomeações para os Prêmios Eisner em outros três anos. Nesses trabalhos é possível observar a evolução e variação das ideias apresentadas no início de sua carreira e que também apareceriam em *House of X/Powers of X.*

Figura 70 - Exemplos de aberturas de encadernado, aberturas de capítulo e infográficos em Avengers e New Avengers
Fonte: Adaptado de Marvel Comics

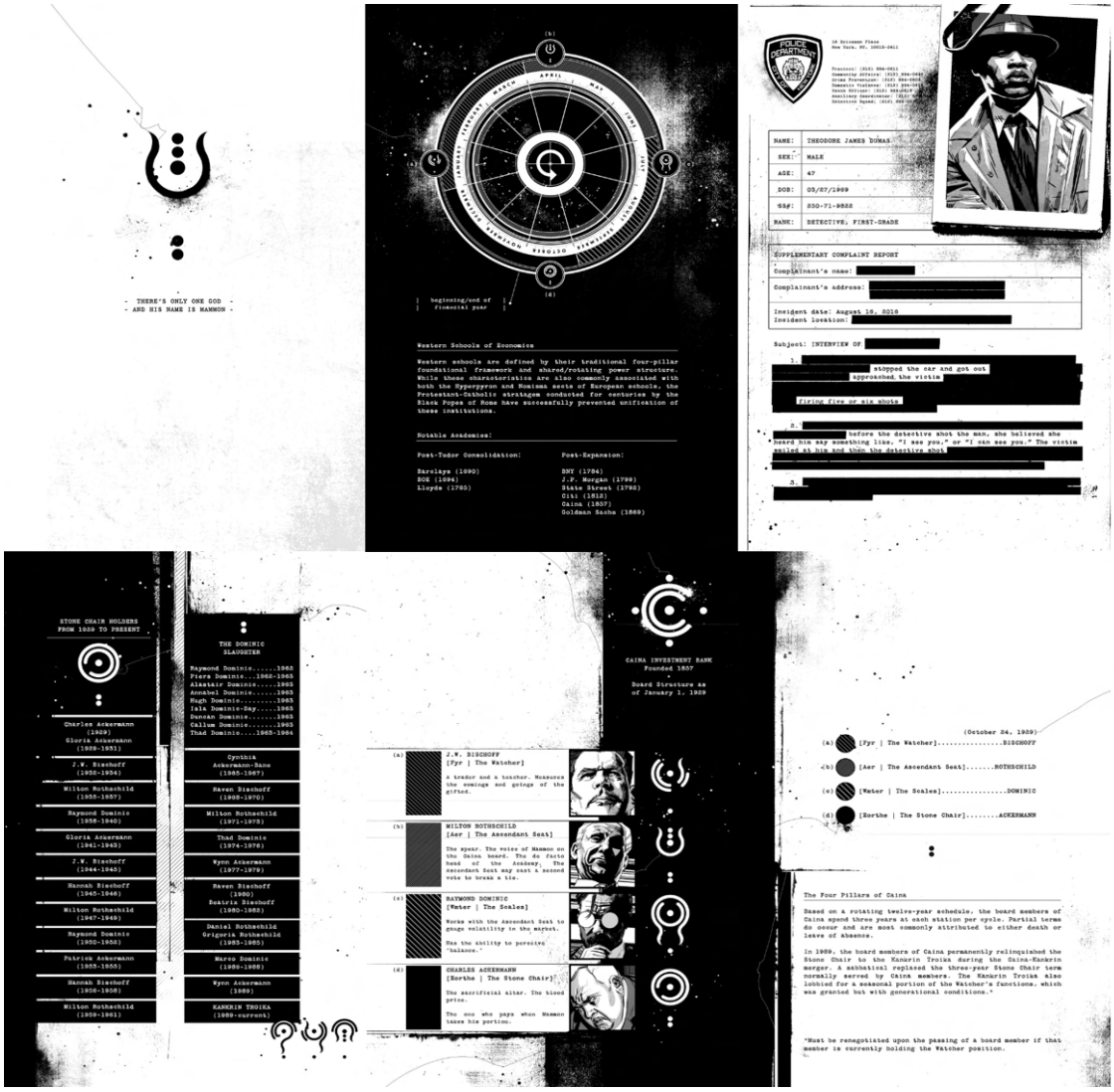


Figura 71 - Exemplos de aberturas de capítulo, infográficos e páginas de texto em The Black Monday Murders
Fonte: Adaptado de Image Comics

APÊNDICE B - Análise Diacrônica da franquia X-Men

Devido à proposta deste trabalho de analisar uma obra seminal na franquia X-Men, da Marvel Comics, também se vê necessária uma observação específica do design dentro das principais revistas de X-Men, entre sua criação em 1963 e o lançamento de House of X/Powers of X em 2019. Estão detalhados os títulos principais da equipe e também outros títulos carregando o nome da equipe que tenham sido centrais para a franquia em suas épocas.

Como exibido na Introdução, os X-Men foram criados na revista *X-Men* nº1 de 1963 (Figura 73). Klein (2007c) cita que o primeiro logotipo da revista teria sido feito pela dupla já citada, Sol Brodsky e Artie Simek, informações trazidas pelo historiador de quadrinhos Mark Evanier e o letrista da *Marvel Comics* Tom Orzechowski. Segundo eles, as proporções desiguais em “the X-Men” e o introdutório “the”, junto a bordas irregulares ou “rasgadas” da letra X, marcariam o logo como um trabalho de de Brodsky. Esse logotipo se manteve até 1968, e foi trocado por uma versão modificada e que priorizava os personagens e a história em *X-Men nº42* (Figura 73), tendo como principal mudança, além da nova hierarquia de informações da capa, o ‘X” de X-Men sem as marcas irregulares anteriormente citadas. O novo logotipo, porém, não chegou a ser usado por muito tempo, e ainda em 1968 o mais popular e influente logotipo da equipe surgiria em *X-Men nº50* (Figura 73).

Figura 72 - Partes das Capas das edições X-Men nº1, X-Men nº42 e X-Men nº50.
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (1963 e 1968) e Marvel Database (2006)

O novo logotipo foi desenvolvido pelo artista Jim Steranko, que abandonou o “the” e as irregularidades do “X”, investindo no nome da equipe/revista em blocos tridimensionais inclinados em perspectiva, mantendo o destaque do “X” de outra maneira. Como cita Klein (2007c), apesar de algumas modificações o design de Steranko foi e é constantemente utilizado pela Marvel. Steranko saiu da revista *X-Men* após a edição nº 51, e o primeiro e principal design modificado de seu

logotipo estreou em *X-Men nº 60* (Figura 74). Sem um responsável creditado, é provável que tenha sido feito por algum letrista da Marvel da época (KLEIN, 2007d). O redesign tem como principais mudanças a altura comprimida, deixando as letras menos altas e ocupando menos espaço, e o espaçamento entre o "X" e o "-". Porém, a revista *X-Men* vinha tendo vendas baixas e acabou deixando de ter novas histórias após a edição nº 66. Somente em 1975 que a equipe retornou em *Giant-Size X-Men nº1*. As *Giant-Sizes* funcionavam como edições anuais ou especiais, carregando o nome dos personagens ou equipes presentes na história, com a tipografia de "Giant-Size" mantida como a constante nas capas das edições. A capa de *Giant-Size X-Men* carrega, porém, um logotipo de X-Men inédito e que não se repetiu, com o nome da equipe seguindo a tipografia do título e em itálico, porém com o "X" fora do itálico (Figura 74).

Figura 73 - Parte das Capas das edições X-Men nº60, Giant-Size X-Men nº1 e X-Men nº94.
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (1970 e 1975) e Marvel Database (2006)

O sucesso de Giant-Size impulsionou o retorno do título da equipe em X-Men *nº 94* (Figura 74), retornando ao logotipo de *X-Men nº 60.* O título da revista também passou por mudanças, carregando diferentes adjetivos no topo, até mudar de título de fato em 1981 (Figura 75). Entre 1981 e 2000 o logotipo da edição *nº 60* se manteve como o principal e mais constante das revistas X-Men (relançada em 1991) e Uncanny X-Men, com variações e usos interessantes.

Figura 74 - Partes das Capas das edições X-Men nº114 e Uncanny X-Men nº142.
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (1982 e 1984) e Marvel Database (2006)

Em algumas edições, como *X-Men nº 135 e nº 141, e Uncanny X-Men nº 94* (Figura 76), o logotipo é alterado para adquirir textura, efeito "quebrado" e até

mesmo personagens interagindo com o título na capa. Em outros momentos, partes do logotipo se tornam transparentes, reforçando a imagem de fundo e criando um visual bastante moderno para a época, a exemplo de *Uncanny X-Men nº 198* e *251* (Figura 77). A partir do uso de computadores na década de 1990, também são usados no logotipo efeitos como degradê, sombra e mudanças de opacidade, como nas edições *Uncanny X-Men nº 304 e nº 356, e X-Men (Vol. 2) nº 42* (Figura 78).

Figura 75 - Partes das Capas das edições X-Men nº135, X-Men nº141 e Uncanny X-Men nº176.
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (1984) e Marvel Database (2006)

Figura 76 - Partes das Capas das edições Uncanny X-Men nº198 e 251.
Fonte: Adaptado de Marvel Comics e Marvel Database (2006)

Figura 77 - Partes das Capas das edições Uncanny X-Men nº304,
X-Men nº e Uncanny X-Men nº356.
Fonte: Adaptado de Marvel Comics e Marvel Database (2006)

Em 1993, no aniversário de 30 anos da franquia, uma nova revista chamada *X-Men Unlimited* foi lançada com um novo logotipo, e outros títulos chegaram a utilizar esse logotipo também, como *Uncanny X-Men nº 319* e *nº 353 (Figura 79)*. Essa versão possuía o "X" em tamanho maior acima de "Men", ajustado para se encaixar com o X acima, e costumava ser colorida em degradê. Todd Klein (2007f) foi o designer responsável por essa versão e comenta que era um logotipo mais quadrado e útil para capas focadas em personagens ou cenas específicas.

Figura 78 - Partes das Capas das edições X-Men Unlimited nº3, Uncanny X-Men nº319 e nº353.
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (1993, 1994 e 1998) e Marvel Database (2006).

Figura 79 - Poster do Filme "X-Men" de 2000, e capas das edições Uncanny X-Men nº384 e X-Men nº106.
Fonte: Adaptado de Marvel Comics (2000) e Marvel Database (2006)

Como citado na introdução, um grande marco da equipe viria em julho de 2001, com o lançamento de *New X-Men nº 114* (título trocado pela editora após a edição nº 113 da 2ª série da revista *X-Men)* que deu início à fase consideravelmente "experimental" da franquia. O logotipo da revista (Figura 81), feito pelo *designer* Richard Starkings a partir da ideia da equipe criativa, era composto por um "X" circunscrito com *"New"* e *"Man"* em caixa alta, respectivamente acima e abaixo do mesmo. Segundo Starkins (KLEIN, 2007h) as letras "E" utilizadas não possuem haste à esquerda, criando um efeito de reversibilidade que possibilitou manter a leitura do logotipo mesmo invertido ou de ponta cabeça. Futuras variações foram feitas, como uma versão horizontal do logo em *New X-Men nº 150* a *154* e até mesmo uma versão com o logotipo cobrindo toda a capa, como em *New X-Men nº 140*. Até 2002, o layout das capas também mudou, carregando uma barra lateral e

informações como editora, data, numeração e equipe criativa, além do nome de cada arco de histórias e suas respectivas partes (em diferentes posições).

Figura 80 - Capas das edições New X-Men nº114, 151 e 140.
Fonte: Adaptado de Marvel Database (2001, 2003 e 2004)

O outro principal título da franquia também teve mudanças visuais a partir de 2001, a revista *Uncanny X-Men* ganhou outro logotipo a partir da edição nº 394, e as artes de capa propuseram muitas vezes estilos diferentes do que costumava ser feito na editora e no *mainstream.* Este outro logotipo também foi feito por Starkings, mas com uma proposta mais similar às tipografias anteriores da franquia. As letras agora em itálico e com espaçamento comprimido não eram mais blocos, dando lugar a contornos em efeito similar à luz ou neon (podendo ser preenchidas por cor ou contornos em outras variações). A palavra “Uncanny” aparecia menor e menos espessa acima de “Men”, e encaixada à uma letra “X” aumentada e espessa, em destaque em *overlap* com “Men”. O restante das capas de Uncanny nem sempre seguiam o layout estabelecido em New X-Men, porém a variação gerou resultados interessantes, como capas carregando imagens impactantes ou com composições diferenciadas e modernas para a época (Figura 82).

Figura 81 - Capas das edições Uncanny X-Men nº394. 396 e 407.
Fonte: Adaptado de Marvel Database (2001)

Com o fim de *New X-Men* em 2004 a revista voltou ao seu nome original a partir da edição nº 157, carregando uma versão modificada do logotipo de Uncanny X-Men com espaçamento maior, retorno do traço ao logo e letras agora achatadas verticalmente (Figura 83). Em contrapartida, *Uncanny X-Men* a partir da edição nº 444 não utilizou nenhum destes logotipos, optando por um novo (Figura 83) que recriava o design de Steranko porém com uma tipografia similar ao logo anterior.

Figura 82 - Partes das Capas das edições Uncanny X-Men nº442,
X-Men nº157 e Uncanny X-Men nº444
Fonte: Adaptado de Marvel Database (2004)

Essas novas marcas para a franquia, porém, não duraram muito, e a partir de 2006, a nova tipografia de X-Men estreou. O novo logotipo foi criado pelo designer Rian Hughes (KLEIN, 2007j) e simplifica o logotipo de Steranko. Hughes mantém e exagera a perspectiva enquanto volta para uma tipografia similar às anteriores, porém dessa vez evitam tridimensionalidade e contornos, adotando somente uma cor (usualmente branco) e leve sombra (Figura 84). Era um logotipo simples, porém eficiente e atemporal, sendo utilizado até 2011. Hughes também foi responsável pelo

novo *layout* de capas da franquia, apostando em uma modernização das *corner boxes* que eram comuns nos *comics* da Marvel nas décadas de 1960 à 1980.

Figura 83 - Partes das Capas das edições Uncanny X-Men nº475, X-Men nº188 e X-Men: Legacy nº208
Fonte: Adaptado de Marvel Database (2006)

Sobre seu processo de trabalho em X-Men, Hughes cita:

> Pessoalmente, sinto que é sempre melhor seguir em frente com algo novo, em vez de regurgitar o passado. Este é um problema que os quadrinhos têm, não apenas na aparência, mas em outras áreas – uma nostalgia dominadora que os impede de seguir em frente. [...] Evitei exagerar no sombreamento e nos efeitos do photoshop. Eu sempre sinto que um logotipo forte deve falar por si "nu", por assim dizer (HUGHES, 2006 apud KLEIN, 2007j).

Figura 84 - Exemplos de versões do redesign da linha X-Men por Rian Hughes
Fonte: Adaptado de Todd Klein (2007)

O trabalho de Hughes nas linha X-Men foi o mais duradouro desde a década de 1990, porém em 2011 a iniciativa *Regenesis* atingiu a franquia e o *designer* Jared K. Fletcher foi o responsável pelo redesign e rebranding dos quadrinhos dos X-Men, a partir de *Wolverine and the X-Men nº 1* e Uncanny *X-Men (Vol. 2) nº 1.* No novo logotipo, Fletcher segue a simplicidade e modernização de Hughes, mas abandona a perspectiva e a base em Steranko, apostando em uma tipografia mais arredondada, um "X" alongado à esquerda e letras modificadas para se encaixar no ângulo do "X" (Figura 86). Os adjetivos e outras partes dos títulos se apresentavam com uma versão mais fina da tipografia, tangenciando o "X" quando acima de "Men". Com Fletcher a franquia ganhou não só um novo logotipo, mas também pela

primeira vez um sistema de design unificando seus logotipos. Mesmo os títulos sem “X-Men” ou “X” no título utilizavam a mesma tipografia e possuíam o X característico ao fundo (Figura 86 e 87). O Hughes e Fletcher podem ser definidos de certa forma como precursores do trabalho de Tom Muller na franquia. Antes mesmo de trabalhar com X-Men, ao falar sobre bons exemplos de *comic book design*, Muller cita:

> Eu acho que o que Jared Fletcher fez ao unificar os livros X na Marvel é uma ótima peça de design thinking [...] injetar um pensamento moderno quanto à design nos quadrinhos, e entender o meio sem ser escravo de sua herança e idiossincrasias de como as pessoas acham que um quadrinho deve ser (MULLER, 2014 apud HARPER, 2014).

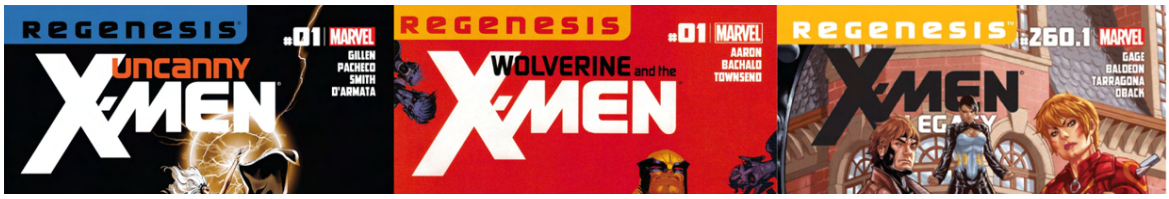


Figura 85 - Partes das Capas de Uncanny X-Men (Vol.2) nº1, Wolverine and the X-Men nº1 e X-Men: Legacy nº260.1
Fonte: Adaptado de Marvel Database (2011)

Figura 86 - À esquerda esboços e outras versões do logotipo por Fletcher, à direita os logotipos de toda a franquia X-Men propostos por Fletcher.
Fonte: Adaptado de Jared Fletcher

O redesign de Fletcher para os X-Men não foi duradouro como o trabalho de Hughes, e a franquia passou por outro rebranding na iniciativa “*Marvel NOW!*”. Fletcher continuou na franquia, estreando novos logotipo e tipografia em novembro de 2012, e continuamente nos chamados “títulos X” até 2014. Sobre o novo design

(Figuras 88 e 89), os princípios mantidos são a ênfase no “X” como elemento unificador e a tentativa de não referenciar o design de 1968. Ao contrário da versão anterior, Fletcher propôs a volta de perspectiva, mas de forma mais leve do que antes, com “X” e “Men” levemente voltados à esquerda. Os subtítulos agora se apresentavam com mais destaque, não só no tamanho maior mas também na falta de perspectiva, tornando os elementos do título de cada revista mais unificados.

A tipografia também se opôs ao design anterior no arredondamento da fonte, apostando em letras mais “quadradas” (e em caixa baixa para o “m” e o “n”), junto ao “X” com um ângulo mais aberto nos lados. Fletcher também adiciona elementos ao redor da tipografia, como o traço que se torna um ponto médio separando “Men” do título das revistas. O designer também criou um elemento particular e característico para diferenciar cada título, com projeções a frente do “X”. Em *All-New X-Men, é* projetado o *outline* de um X com extremidades irregulares referenciando o logotipo original da equipe, e já em *Uncanny* é projetada uma versão mais rústica e texturizada do X para referenciar o caráter revolucionário da trama (Figura 88).

Figura 87 - Capas de All-New X-Men ºl, X-Men: Legacy (Vol. 2) nº1 e Uncanny X-Men (Vol.3) nº1. Fonte: Adaptado de Marvel Database (2012)

Figura 88 - Capas de X-Men (Vol. 4) nº1, Amazing X-Men nº1 e Wolverine and the X-Men (Vol.2) nº1.
Fonte: Adaptado de Marvel Database (2014)

Outro detalhe do redesign de Fletcher é o círculo com um ponto ao fundo dos logotipos de algumas revistas de *X-Men,* que junto ao ponto médio forma um átomo ao fundo da tipografia, relacionando o logotipo ao apelido “Filhos do Átomo”. Após 3 anos de uso, este design foi utilizado pela última vez no fim de 2015. Em seguida a Marvel iniciou a fase *“All-New All-Different”* e lançou novamente títulos de X-Men.

Entre novembro de 2015 e março de 2017, a franquia X-Men não teria um logotipo ou identidade visual predominante, mesmo que os logotipos dos títulos da equipe tenham sido feitos pelo *designer* Nate Piekos. O primeiro título do período foi *Extraordinary X-Men nº 1*, no fim de 2015, seguido por *All-New X-Men (Vol. 2) nº 1* ainda em 2015 e *Uncanny X-Men (Vol. 4) nº 1* no início de 2016 (Figura 90). O logotipo de *Extraordinary X-Men* retornava à uma tipografia em caixa alta e com mais peso em bold para o título, enquanto “Extraordinary” aparecia acima de “Men” em caixa alta porém com menor peso e espessura. A grande novidade da versão, em comparação aos antecessores, é o “X” que Piekos decide representar por um espaço negativo formado por fatias circulares, uma delas combinada à “Men”. Já para *All-New X-Men (Vol. 2)* o trabalho de Piekos foi mas focado em repaginar o logotipo anterior da revista homônima, o designer mantém a tipografia de “All-New”, os pontos e o círculo ao fundo do antecessor, mas diminui a perspectiva de “Men” e a remove completamente do “X”. Quanto à “X-Men”, Piekos usa uma tipografia com peso maior até do que a utilizada em *Extraordinary*, e também volta para a caixa alta enquanto diminui o espaçamento. Já no “X” o designer “compensa” o peso maior da

fonte estendendo a perna e braço direitos da letra. Já em *Uncanny X-Men (Vol. 4),* Piekos retoma Hughes e também moderniza o *design* de Steranko. A perspectiva se mantém, menos drástica do que na versão de Hughes, enquanto o espaçamento diminui para compensar a mudança. O título “Uncanny”, que em outros designs com Steranko como base aparecia acima e fora do logotipo, agora aparece “dentro” de X-Men, graças a um espaço negativo que “corta” o logo na altura do braço do “E”.

Figura 89 - Partes das capas de Extraordinary X-Men nº1, All-New X-Men (Vol.2) nº1 e Uncanny X-Men (Vol.4) nº1. Fonte: Adaptado de Marvel Database (2015 e 2016)

As revistas de X-Men desta época e seus respectivos logotipos criados por Piekos foram utilizados até 2017, quando a iniciativa da Marvel *“RessurrXion”* se iniciou com *X-Men: Prime (Vol. 2) nº1*, e seguiu até setembro de 2018 com os títulos *X-Men: Blue, X-Men: Gold, Astonishing X-Men (Vol. 4)* e *X-Men: Red*, todos utilizando um novo logotipo e identidade visual criados por Jay Bowen e Anthony Gambino, dois designers da Marvel. Os designers criaram uma proposta semelhante ao trabalho de Fletcher em *“Regenesis”*, porém com algumas diferenças. O novo design (Figura 91) foge das arestas arredondadas, adicionando até uma serifa no canto superior esquerdo da letra “M”, e utiliza “-” e “Men” ambos em itálico no ângulo feito para se encaixar ao “X”. Abaixo de “Men” um bloco colorido foi adicionado, com seu lado esquerdo também encaixado ao “X”, contendo o subtítulo de cada revista em uma fonte também em itálico mas arredondada. O “X” segue o tamanho maior e a ideia de “marca” da franquia propostas por Fletcher em 2011, porém agora com os traços superior direito e inferior esquerdo estendidos em comprimento. Após *X-Men: Prime* (Figura 91) as extensões no “X” aumentaram e tocaram o lado esquerdo e o topo da capa, criando um padrão neste canto para todas as revistas da franquia, mesmo as que não incluíam “X” em seus nomes. O “X” também foi utilizado para encaixar à esquerda uma nova *corner box* com os personagens de cada revista.

Figura 90 - Capas de X-Men: Prime (Vol. 2) nº1, X-Men: Gold (Vol. 2) nº1 e X-Men: Blue nº1
Fonte: Adaptado de Marvel Database (2017)

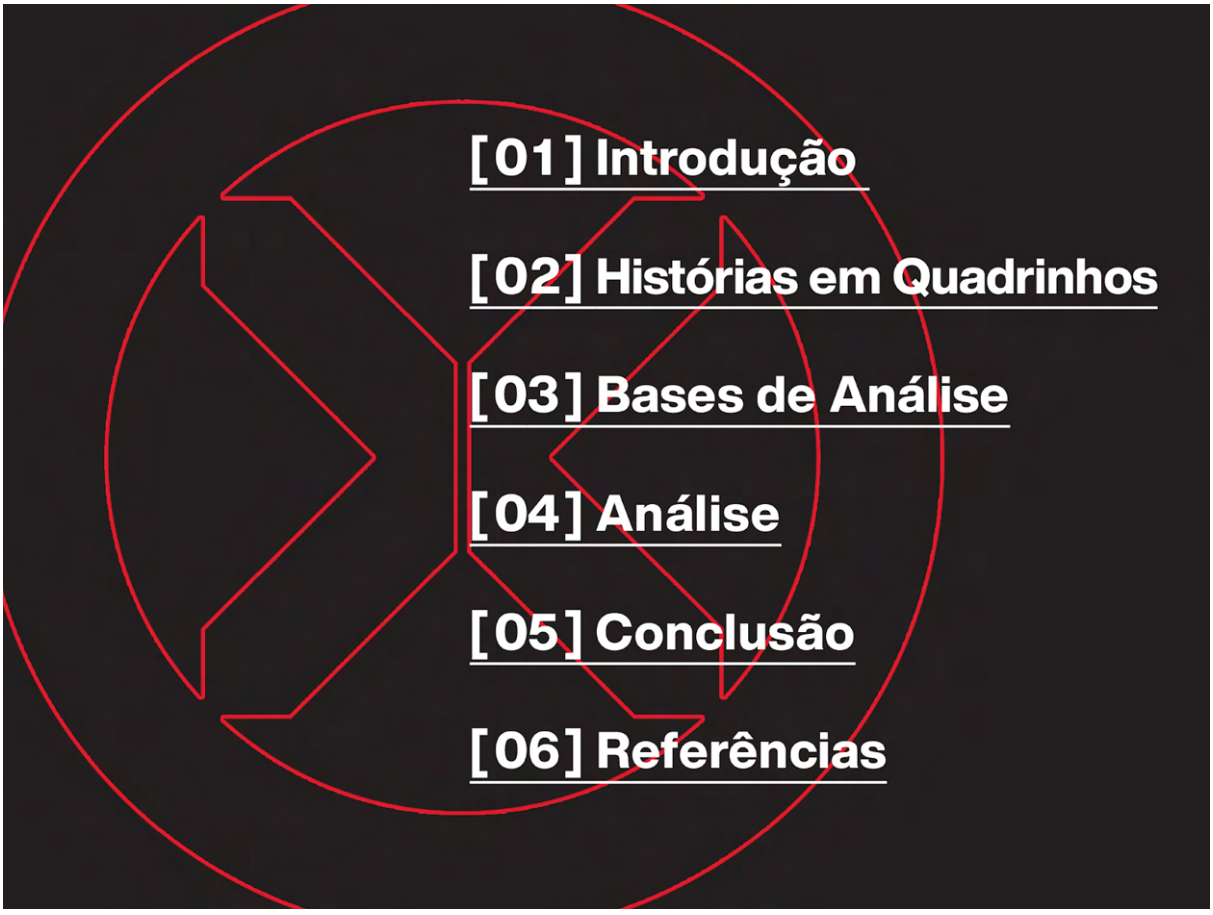
Em 2017 e 2018, mais títulos do grupo foram lançados. Em *Astonishing X-Men*, o "X" foi reduzido e as extensões dos traços inferior esquerdo e superior direito também, enquanto o título aparecia acima de "Men" e não dentro da caixa de texto padrão abaixo do mesmo. Ao fundo do logotipo foi inserido um círculo menor que o "X" preenchido por cor, enquanto o traço em "X-Men" aumentou em comprimento (Figura 92). Apesar das mudanças em *Astonishing*, títulos posteriores como *X-Men: Red* (Figura 92) continuaram seguindo a identidade proposta inicialmente. Também em 2017, a iniciativa *Marvel: Legacy* propôs para todas as revistas da editora capas padronizadas com uma faixa horizontal na parte superior da capa carregando o logo da editora, o nome da iniciativa e o título dos arcos de cada revista. Junto a ela uma faixa vertical no lado também foi adicionada, funcionando como *corner box* enquanto também carregava o número de cada edição (Figura 92). Esse design de capas da editora se estendeu até abril de 2018.

Figura 91 - Parte das Capas de Astonishing X-Men (Vol. 4) nº1,
X-Men: Red (Vol. 1) nº1 e X-Men: Blue nº19
Fonte: Adaptado de Marvel Database (2019)

Figura 92 - Capas de X-Men: Gold (Vol. 2) nº36, X-Men: Blue nº36 e Uncanny X-Men (Vol. 5) nº1
Fonte: Adaptado de Marvel Database (2019)

Entre setembro e dezembro de 2018, as revistas da franquia se encerraram e deram lugar a um novo volume de *Uncanny X-Men.* Durante a reta final das revistas, alguns logotipos (Figura 93) deixaram de ser utilizados no canto esquerdo e passaram a ser centralizados no topo das capas. No fim de 2018, *Uncanny X-Men (Vol. 5) nº 1* (Figura 93) iniciou uma nova fase para a franquia e depois se tornou o único título mensal e contínuo da equipe. A revista retornou ao logo utilizado nas décadas de 1980/1990, com a versão do logotipo criada em 1968 e o título "Uncanny" em caixa alta acima do logotipo, também comprimido verticalmente. *Uncanny X-Men (Vol. 5)* teve 23 edições lançadas, sendo marcada como a transição entre a fase "RessurrXtion" e as fases posteriores à entrada de Jonathan Hickman como principal escritor da franquia, iniciadas a partir da publicação de *House of X nº 1 e Powers of X nº 1* ainda em julho de 2019.

ANEXO A - Apresentação do TCC exibida para a Banca Examinadora



INTRODUÇÃO

Objetivos, Justificativa e Metodologia.

01

INTRODUÇÃO

HOUSE OF X / POWERS OF X
(DINASTIA X / POTÊNCIAS DE X)

- Publicado pela Marvel Comics nos EUA em 2 minisséries complementares lançadas em 6 edições cada, totalizando 12 edições entre julho e outubro de 2019;

- Edição capa dura lançada em dezembro de 2019;

- Tom Muller como responsável pelo design das publicações;

OBJETIVOS

Objetivo Geral:

- Compreender como o design gráfico contribui para **inovação no contexto dos quadrinhos** a partir do projeto de Tom Muller para House of X/Powers of X.

Objetivos Específicos:

- Elucidar o **contexto e a relevância** do trabalho de Tom Muller e de House of X/Powers of X em meio à **história do design nos quadrinhos** norte-americanos;

- Compreender os **princípios do design gráfico e editorial** e como os mesmos podem **impactar as histórias em quadrinhos**;

- Identificar os componentes de apresentação estética, enquanto projeto de design, estabelecendo assim uma **leitura visual** do trabalho de Muller na obra House of X/Powers of X.

JUSTIFICATIVA

- Trabalho sobre Quadrinhos com enfoque no Design Editorial;

- Entender como o design gráfico pode contribuir para os quadrinhos e analisar os diferenciais do trabalho de Tom Muller na obra;

- Influência de House of X/ Powers of X no mercado;

- Análise de House of X/Powers of X como uma obra seminal dos comics mainstream estadunidenses da última década;

- Compreensão do trabalho do designer contemporâneo Tom Muller e seus diferenciais, para melhor entender como o trabalho realizado na obra se deu.

METODOLOGIA

- Pesquisa de abordagem qualitativa, e procedimentos de pesquisa bibliográfica e estudo de caso;

- Foram revisados o histórico dos quadrinhos norte-americanas do gênero super-herói e o impacto das graphic novels na mídia;

- Nos fundamentos do design gráfico, são tratados os conceitos de composição, cores e tipografia;

- Também são estabelecidos os referenciais teóricos quanto aos elementos do Design Editorial, como estrutura, formato, e produção gráfica;

- Análises gráficas do trabalho de Tom Muller nos dois formatos da obra, buscando interpretar seus elementos a partir da revisao teórica realizada.

HISTÓRIAS EM QUADRINHOS

Referencial teórico quanto ao contexto dos quadrinhos nos EUA

02

AS HQs NORTE-AMERICANAS DO GÊNERO SUPER-HERÓI

O IMPACTO DAS GRAPHIC NOVELS NOS QUADRINHOS

A *Graphic Novel*, segundo Van As (2020), é uma história em quadrinhos original de formato longo, que varia de 80 a 200 páginas em média. A *graphic novel* tornou-se um termo intercambiável que muitas vezes tem sido usado também para descrever coleções comerciais de quadrinhos no geral, como *trade paperbacks*. A definição *Original Graphic Novel* (OGN) é usada para definir que o conteúdo ali presente não apareceu em nenhum outro lugar.

Examinando o panorama histórico dos quadrinhos norte-americanos e o surgimento das *graphic novels*, observa-se como o design e o designer se tornaram mais presentes no meio dos quadrinhos, graças ao processo histórico de afastamento da indústria de quadrinhos nos Estados Unidos de uma produção mais rápida e barata (tanto em preço quanto em reconhecimento), para uma produção mais detalhada e cuidadosa em termos de design gráfico e editorial, se aproximando das publicações literárias. A partir desse processo, elementos do design editorial e de publicações se tornaram mais presentes nos quadrinhos.

BASES DE ANÁLISE

Referencial teórico quanto ao Design Gráfico e Editorial

03

BASES DE ANÁLISE

Para investigar o **design gráfico e editorial** em House of X/Powers of X primeiro é necessário partir da **compreensão dos fundamentos do design gráfico**, a partir dos quais se pode analisar os **componentes visuais e elementos gráficos** da obra. Conjuntamente, o **entendimento das estruturas e princípios editoriais** permite tanto avaliar a **produção gráfica** e seus **componentes materiais**, quanto seus elementos editoriais. Logo, este capítulo tem como objetivo **expor o referencial teórico** usado **como base para analisar** o trabalho do designer Tom Muller na obra.

A partir destes fundamentos, nota-se como o **uso e manipulação dos elementos visuais** impactam a experiência do observador, além do **significado** do que se projeta. A partir dos **princípios básicos e recursos visuais**, se pode criar uma gama variada de **possibilidades de se transmitir uma mensagem visual** da melhor maneira possível, visando a **compreensão** do leitor. Ao unir estes fundamentos aos **elementos do design editorial**, pode-se refletir sobre como **conceituar visualmente** as ideias de uma publicação e como integrar seu conteúdo à sua **forma e apresentação**. Ao se integrar a forma, formato e estrutura de uma publicação com seu conteúdo e ideias, cria-se uma **publicação coesa** e que transmite com mais facilidade a mensagem ao leitor.

FUNDAMENTOS DO DESIGN GRÁFICO

- PONTO, LINHA E PLANO
- FORMA E FORMATO
- FIGURA E FUNDO
- COR
- TIPOGRAFIA
- GRIDS E HIERARQUIAS
- ESCALA, DIMENSÃO E ENQUADRAMENTO
- TEMPO E MOVIMENTO
- RITMO E EQUILÍBRIO
- CAMADAS, TEXTURA E TRANSPARÊNCIA
- MÓDULOS E PADRONAGEM
- DIAGRAMA
- IMAGEM

Segundo Ambrose e Harris (2011), Dondis (2000), Lupton (2008) e Samara (2010a e 2010b).

ELEMENTOS DO DESIGN EDITORIAL

- CONTEÚDOS EXTRA-TEXTUAIS, PRÉ-TEXTUAIS, TEXTUAIS E PÓS-TEXTUAIS
- FORMATOS E TAMANHOS
- LAYOUTS
- RITMOS E HIERARQUIAS
- IMPRESSÃO E ACABAMENTOS

Segundo Ambrose e Harris (2011), Haluch (2013), Haslam (2010) e Samara (2011).

ANÁLISE

Tom Muller
Análise de House of X/Powers of X
Apêndices A e B

04

ANÁLISE DA OBRA

Primeiramente é apresentada uma contextualização quanto a carreira do designer **Tom Muller** até então. Em seguida se adentra a análise e estudo do quadrinho de fato.

O quadrinho **House of X/Powers of X** e do trabalho de Tom Muller como designer são analisados, dividindo a análise entre os componentes visuais, elementos gráfico-editoriais e a materialidade da obra de fato, visando compreender o design do quadrinho a partir do referencial teórico previamente exposto sobre estes assuntos.

A CARREIRA DE TOM MULLER

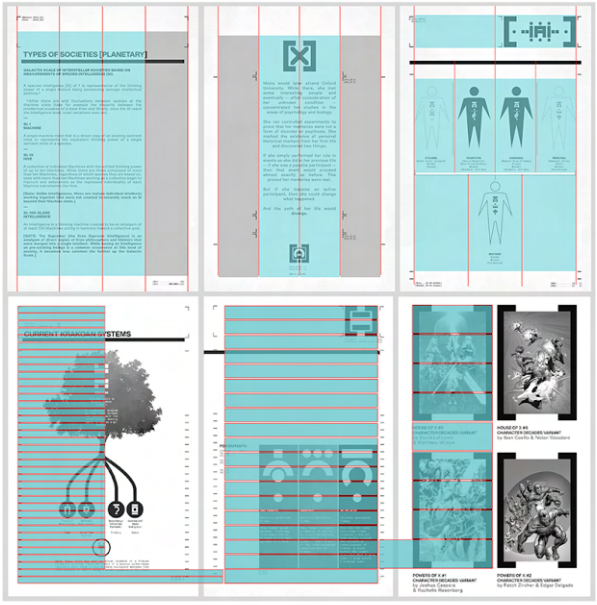
Tom Muller é um designer e diretor criativo Belga, responsável pelo estúdio de design helloMuller. Vindo de uma família já envolvida com arte, arquitetura e design de interiores, Muller se graduou em design gráfico na Antuérpia e trabalhou como designer na Bélgica e depois no Reino Unido, em agências com foco em design digital porém também envolvido com branding e impressão. Apesar de já trabalhar com quadrinhos antes, foi só em 2014 com "ZERO" da Image Comics que ele começou a trabalhar com quadrinhos lançados mensalmente e não só encadernados, compilações e graphic novels, aumentando sua visibilidade no meio.

COMPONENTES VISUAIS

Entrando na análise da obra de fato, este tópico se aprofunda nos **componentes visuais** do design de House of X/Powers of X, especificamente se tratando de **cores**, **formas**, **tipografias**, **layouts e hierarquias** utilizadas no trabalho de Tom Muller na obra.

COMPONENTES VISUAIS

Se tratando do **layout e grids**, Muller tem como principais recursos a construção de grids modernistas, principalmente partindo de quatro colunas. Também são utilizados grids com duas ou três colunas, enquanto as linhas podem variar entre múltiplos de quatro a nove. Quanto à **hierarquia**, Muller **utiliza cores, tipografia e formas para criar ordens de importância**. Quanto mais próxima da matiz vermelha, mais saturada e de maior valor, mais destaque é concedido pela cor. Já na **tipografia**, a **Helvetica Now XDisplay** é utilizada em títulos de textos e infográficos, com caixa alta e em maior tamanho, e também para títulos de tópicos do texto. Em ambos os usos esta tipografia se distingue facilmente da **Monospaced** usada no corpo do texto, graças à diferença de peso e tserifas. Se tratando de **formas**, Muller utiliza linhas espessas para separar título do texto e formas retangulares em preto para destacar textos em branco, assim facilitando a **separação de diferentes conteúdos do texto**.

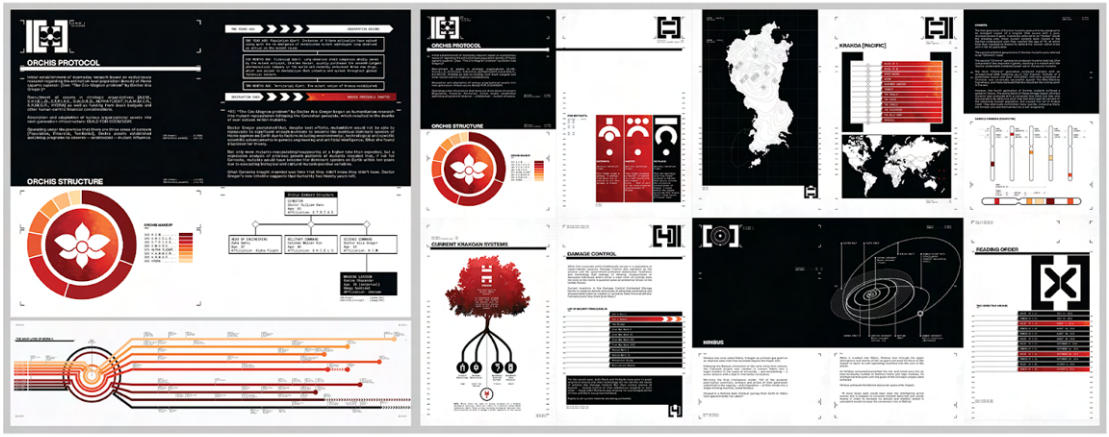


ELEMENTOS GRÁFICO-EDITORIAIS

Quanto aos **Elementos Gráfico-Editoriais**, a análise feita parte da separação entre os elementos de uma publicação citada por Haluch (2013) entre: conteúdos **extra-textuais**, que se posicionam “fora” do conteúdo em si, conteúdos **pré-textuais**, que compõem a publicação mas aparecem antes do conteúdo da obra, os conteúdos **textuais**, que seriam o conteúdo principal da publicação em si e os conteúdos pós-textuais, que também compõem a publicação mas se apresentam após o conteúdo textual. No caso de House of X/Powers of X, o conteúdo textual aqui é considerado como o quadrinho em si, com os **infográficos, diagramas, citações iniciais e páginas de textos** como parte deste conteúdo, assim como as **aberturas de capítulo**.

ELEMENTOS GRÁFICO-EDITORIAIS

Dentro do conteúdos extra-textuais são abordados as **capas e contracapa** da obra, enquanto nos conteúdos pré-textuais são expostas as **folhas preliminares** (títulos, créditos, aberturas, folhas de rosto e etc). Já ao adentrar os conteúdos textuais, estes são separados entre a**berturas de capítulos, citações** (e outras paginas com texto centralizado), **mapas, infográficos ou diagramas, colagens e páginas de texto** (que se dividem em paginas unicamente de texto, de texto com formas, com listas, e com infografia ou diagramas).



MATERIALIDADE

Se tratando dos aspectos físicos e materiais da obra as edições serializadas e a edição capa dura se diferem em quase todos os aspectos. Em suas doze edições **serializadas**, House of X e Powers of X foram publicadas como duas minisséries separadas, mas seguindo o padrão da editora na época. As publicações se deram na dimensão de **266 x 170 mm**, conhecido como "**formato americano**" para quadrinhos, com **32 páginas** a cada edição, impressão colorida e **lombada canoa** com encadernação grampeada. O papel utilizado no **miolo** é um couche fosco, **próximo a 75 g/m²** (50lb text matte), enquanto na **capa** é utilizado bum papel couche brilho, **próximo a 90 g/m²** (60lb text glossy).

MATERIALIDADE

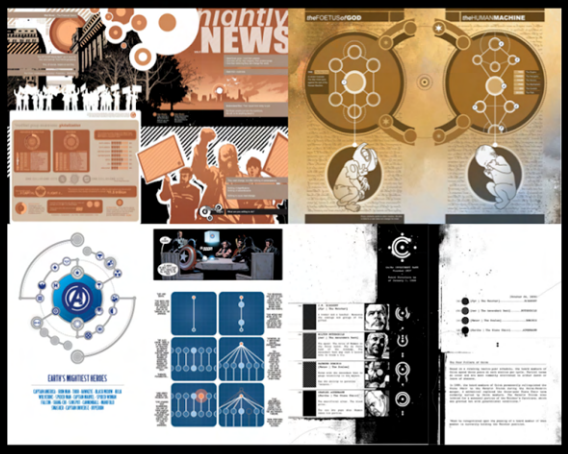
Já na edição **capa dura**, principal tópico do trabalho, House of X/Powers of X foi publicado em formato **oversized**, ou seja, mantendo a proporção mas com um tamanho um pouco maior que um quadrinho americano padrão. Além de ser um formato mais caro e de certa forma luxuoso, ele concede ao quadrinho uma facilidade maior de leitura e uma apreciação melhor do trabalho dos desenhistas. A publicação se deu na dimensão de **294,6 x 195,6 mm**, com **448 páginas** no total, impressão colorida e em **capa dura revestida em papel**, possivelmente com laminação fosca e folhas de guarda pretas. O papel utilizado no miolo é um couche brilho, **próximo a 90g/m²** (na medição estadunidense, 60lb text glossy), enquanto na sobrecapa ou dust jacket é utilizado um papel brilhante similar ao papel fotográfico, **próximo a 150 g/m²** (150lb text glossy), impresso frente e verso. A sobrecapa também conta com orelhas de aproximadamente 9,75mm de largura.

MATERIALIDADE

Pode-se observar a diferença profunda entre as duas publicações do quadrinho, com a edição capa dura se apresentando como uma edição de luxo através de um papel, capa e acabamentos de maior qualidade e custo. Esta edição também agrega valor ao quadrinho através do papel interno de maior gramatura e brilho, o que gera cores mais vibrantes e maior contraste, e também o tamanho oversized, que proporciona uma leitura mais fácil em termos de legibilidade, pelo tamanho maior. Os imersivos novos conteúdos pré-textuais e até mesmo textuais, no caso das aberturas de capítulo, também são adições consideráveis à obra.

APÊNDICE A

Tratando de conteúdos complementares, no Apêndice A é brevemente exposta a carreira do roteirista e designer Jonathan Hickman, com o intuito de exemplificar o histórico do autor quanto ao uso de elementos visuais como infográficos e páginas de texto.



Já o Apêndice B exibe uma análise diacrônica do design das revistas anteriores da franquia X-Men, listando os principais designers, logotipos e padronizações dos quadrinhos dos X-Men desde 1963 até 2019.

APÊNDICE B

CONCLUSÃO

Considerações Finais

05

CONSIDERAÇÕES FINAIS

- Em relação ao que sucedeu a obra e à outra **possibilidade de pesquisa**, após House of X/Powers of X a linha de quadrinhos de X-Men foi relançada, seguindo os **princípios e estilos do design** da obra como **fundação** para **novas revistas da franquia**. Tom Muller é o responsável por **desenvolver os logotipos** das revistas e os **projetos gráficos** de suas edições compiladas, enquanto seu trabalho nas **páginas de conteúdo textual** serviu de modelo nas demais publicações da franquia X-Men;

- O X criado por Muller foi utilizado no **logotipo seguinte da revista X-Men** e também dentro das artes dos quadrinhos, além de ser a **base da tipografia X-DISPLAY** que o designer utiliza nos **logotipos e capas** das revistas da franquia;

Em virtude de todas as questões abordadas, pode-se afirmar que o trabalho de Tom Muller foi capaz de criar um estilo visual distinto para House of X/Powers of X, utilizando formas, layouts, hierarquias,cores e tipografia não só para gerar uma estética própria e chamativa, como também para comunicar as informações e conteúdos dispostos dentro do quadrinho de forma a transmitir compreensão e imersão ao leitor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

- A partir da análise é possível observar como o **entendimento e aplicação dos princípios do design gráfico e editorial** são capazes de **impactar e amplificar** a forma de uma história em quadrinhos;

- A combinação do trabalho e identidades de **Muller e Hickman** gerou uma obra carregada de **conteúdo textual e gráfico**, com um design **distinto e decisivo**;

- O design de Tom Muller em House of X/Powers of X se difere tanto dos **designs anteriores da franquia X-Men** quanto do que era proposto pelas **editoras de super-heróis** anteriomente. Esse contraste só é possível graças ao **impacto que as graphic novels tiveram na mídia**, possibilitando publicações com mais **elementos editoriais** e contribuindo no processo de legitimação do meio;

- House of X/Powers of X **utiliza o design gráfico como principal ferramenta** para construir uma obra com um estilo **documental e modernista** ao que ainda é uma história de super-heróis;

- As revistas da obra obtiveram **sucesso de vendas em ambos os formatos**, demonstrando como a obra foi **popular no mercado norte-americano**, e como o design de Muller não somente alcançou um grande público, como também **popularizou seu estilo e estética** neste meio;

REFERÊNCIAS

06

REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin. HARRIS, Paul. Fundamentos de Design Criativo. Bookman, 2012.

BACK TO the brand logo. Tecno, 2020. Acesso em: 28 jan. 2023.

BEATY, Bart. Comics versus art. Toronto/Buffalo/London: University of Toronto Press Incorporated, 2012.

BENTON, Mike. The Comic Book in America: An Illustrated History. Dallas: Taylor Publishing, 1989

BERKSON, William. Reviving Caslon Part 2: Readability, affability, authority. nov. 2010. Acesso em: 25 jan. 2023

BIGMAN, Alex. Saul Bass: The man who changed graphic design. jun. 2012. nAcesso em: 02 jan. 2023

BRINGHURST, Robert. Elementos Do Estilo Tipográfico - Versão 3.0. Cosac & Naify, 2005

BUTLER, Andy. interview with graphic designer tom muller of hellomuller. dez. 2014. Acesso em: 02 jan. 2023

CARSON, Nick. Brand Impact Awards 2020: All the winners revealed. abr. 2021. Acesso em: 19 nov 2022

CARTER, Dom. Marvel reveals new X-Men logo. mai. 2019. Acesso em: 23 jan. 2023

CARVALHO, Beatriz Sequeira de. O processo de legitimação cultural das histórias em quadrinhos. 2017. Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo. Acesso em: 11 dez. 2022

COMMUNICATION ARTS: Tom Muller's X-design variants for Marvel honored with an Award of Excellence. Typeroom, 2021. Acesso em: 19 nov. 2022.

COOKE, Stephanie. A Glossary of Comic Book Terminology. fev. 2013. Acesso em: 09 jan. 2023

COUCH, Chris. The Publication and Formats of Comics, Graphic Novels, and Tankobon. dez. 2000. Acesso em: 27 dez. 2022

CRONIN, Brian. The Origin of Marvel Comics Trade Paperbacks. out. 2019a. Acesso em: 11 dez. 2023

CRONIN, Brian. What Was the First DC Comics Trade Paperback Collection? dez. 2019b. Acesso em: 11 dez. 2023

DC GRAPHIC Novel (1983–1986). DC Database, 2010. Acesso em: 11 dez. 2022.

DINH, Christine. Tom Muller on Designing the Evolution of X. out. 2020. Acesso em: 23 jan. 2023

DONDIS, Donis A. Sintaxe da Linguagem Visual. Martins Fontes, 2000.

FLETCHER, Jared K. Studio Fantabulous - Work. 2023. Acesso em: 19 dez. 2022

HAJDU, David. The Ten-Cent Plague: The Great Comic-Book Scare and How It Changed America. Farrar, Straus and Giroux, 2008.

HALUCH, Aline. Guia prático de design editorial. 2AB, 2013.

REFERÊNCIAS

ARPER, David. Design Talk: Tom Muller on Some of His Favorite Logos and Design from Comic History. set. 2020. Acesso em: 2 jan. 2022

HARPER, David. Off Panel #22: The Art of Comic Design with Tom Muller. nov . 2015. Acesso em: 27 dez. 2022.

_____. Off Panel #215: Data Pages with Tom Muller. jul. 2019. Acesso em: 27 dez. 2022.

_____. Off Panel #333: …And Scene with Kieron Gillen. dez 2021. Acesso em: 24 dez. 2022.

_____. Off Panel #352: The Game with James Tynion IV. mai 2022. Acesso em: 24 dez. 2022.

_____. The Art of Intelligent Design with “Zero” Designer Tom Muller [Interview]. jan. 2014. Acesso em: 28 dez. 2022.

HASLAM, Andrew. O livro e o designer II - Como criar e produzir livros. Edições Rosari, 2007.

HECK, Marcos. Dicionário básico para leitores de quadrinhos mainstream. 2018. Acesso em: 09 jan. 2023.

HELMER, Timothy. An interview with multi-talented graphic designer Tom Muller. jul. 2012. Acesso em: 28 dez. 2022.

HUDSON, Laura. Jonathan Hickman: The Design of Things to Come. set. 2007. Acesso em: 30 dez. 2022.

KLEIN, Todd. COMIC BOOK LOGOS, A BRIEF HISTORY. jul. 2007a. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. WHAT DESIGN MEANS IN COMICS. jul. 2007b. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. Logo Study: X-Men Part 1. out. 2007c. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. Logo Study: X-Men Part 2. out. 2007d. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. Logo Study: X-Men Part 4. out. 2007e. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. Logo Study: X-Men Part 5. out. 2007f cesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. Logo Study: X-Men Part 6. out. 2007g. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. Logo Study: X-Men Part 7. out. 2007h. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. Logo Study: X-Men Part 8. out. 2007i. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. Logo Study: X-Men Part 9. out. 2007j. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. Logo Study: Spider-Man Part 2. mar. 2008a. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. Logo Study: FANTASTIC FOUR Part 1. jan. 2009a. Acesso em: 23 dez. 2022.

KLEIN, Todd. Logo Study: FANTASTIC FOUR Part 2. jan. 2009b. Acesso em: 23 dez. 2022.

REFERÊNCIAS

KLEIN, Todd. GASPAR SALADINO AT MARVEL 1967-68. ago. 2022. Acesso em: 23 dez. 2022.

LEVITZ, Paul. Will Eisner and the Secret History of the Graphic Novel. nov. 2015. Acesso em: 13 dez. 2022.

LOPES, Paul. Demanding respect: The evolution of the American comic book. Filadélfia: Temple University Press, 2009.

LOUREIRO, Juliano. Antologia: entenda o que é e veja alguns exemplos. set. 2021. Acesso em: 09 jan. 2023.

LUPTON, Ellen. Novos Fundamentos do Design. Cosac & Naify, 2008

MARRIOT, Andrew. Designer Interview With Tom Muller. jul. 2019. Acesso em: 09 jan. 2023.

MARVEL GRAPHIC Novel (1982–1989). Marvel Database, 2006. Acesso em: 11 dez. 2022.

MASSIMO VIGNELLI. Designculture, 2013. Acesso em: 02 jan. 2023

MCDANIEL, CJ. Comic Book Dimensions: What Authors Must Understand. abr. 2021. Acesso em: 25 jan. 2023.

MULLER, Tom. Designing Fiction & Branding Stories. nov. 2022. Acesso em: 10 nov. 2022.

O’NEIL, Keith. Comic Book Pros and Cons: Team Titles Versus Solo Series. jan. 2017. Acesso em: 09 jan. 2023.

PETERSEN, Robert S. Comics, Manga and Graphic Novels: A History of Graphic Narratives. Praeger, 2011

PLUMMER, Jessica. WHAT WAS THE FIRST COMIC BOOK? jul. 2020. Acesso em: 25 jan. 2023.

PORTO, Bruno de Almeida. Superlogos: identidade gráfica dos logotipos das capas de revistas em quadrinhos brasileiras de super-herói. 2017. 257 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

REED, Robby. The Big Bang! set. 2006a. Acesso em: 06 dez. 2022.

REED, Robby. The Big Chill! set. 2006b. Acesso em: 06 dez. 2022.

REED, Robby. The Logomaker! set. 2006c. Acesso em: 06 dez. 2022.

REED, Robby. The Big Fall! set. 2006d. Acesso em: 06 dez. 2022.

REED, Robby. SIGNS of the TIMES set. 2008. Acesso em: 06 dez. 2022.

RUSU, Ruxi. Saul Bass: Revolutionizing Cinema Through Graphic Design. jul. 2021. Acesso em: 28 jan. 2023.

SAMARA, Timothy. Elementos Do Design - Guia De Estilo Gráfico. Bookman, 2010a.

_____. Evolução do design: da teoria à prática. Bookman, 2010b.

_____. Guia De Design Editorial. Bookman, 2011.

REFERÊNCIAS

STINSON, Liz. MARVEL BY DESIGN. gestalten, 2021.

VAN AS, Trevor. What's The Difference Between Graphic Novels and Trade Paperbacks? nov. 2020. Acesso em: 29 dez. 2022.

VERGUEIRO, Waldomiro. As histórias em quadrinhos no limiar de novos tempos: em busca de sua legitimação como produto artístico e intelectualmente valorizado. Visualidades: revista do Programa de Mestrado em Cultura Visual, v. 7, n. 1, p. 14-41, 2009. Acesso em: 11 dez. 2022.

WARREN (PUBLISHER). Comic Vine, 2011. Acesso em: 4 dez. 2022.

ZAP COMIX (Volume). Comic Vine, 2020. Acesso em: 4 dez. 2022.

MUITO OBRIGADO!