

A CONTRIBUIÇÃO DOS LOGOTIPOS NA PERCEPÇÃO DO GÊNERO DAS REVISTAS EM QUADRINHOS: O CASO *HERÓIS DA TV*

Me. Bruno Porto | Doutorando na Tilburg University, School of Humanities and Digital Sciences, Department of Culture Studies

Palavras-chave: Quadrinhos, Design Editorial, Capa de revista, Logotipo, Identidade Visual

Uma versão anterior deste trabalho foi apresentada no II EnQuadrinhos - Encontro de Quadrinhos de Brasília, realizado pela Universidade de Brasília na Caixa Cultural Brasília em outubro de 2017.

Kopp (2002, p.6) estabelece que as capas da maioria das revistas possuem alguns componentes visuais mínimos que se repetem de um número para o outro, estabelecendo sua identidade junto ao público. Dentre estes, o logotipo costuma ser o elemento mais estático, com localização e tamanho habitualmente predeterminados, variando apenas em sua(s) cor(es) para se adaptar ao restante da composição. As primeiras revistas em quadrinhos (*comic books*) eram antologias, compostas por histórias com diferentes personagens que retornavam se a vendagem fosse significativa, e apresentavam títulos que correspondiam diretamente à temática de suas histórias, como *Famous Funnies* (1934), *Detective Comics* (1937) e *Action Comics* (1938).

No Brasil, durante a maior parte do século XX, a prática de se lançar antologias – também conhecidas como Revistas Mix, termo cunhado pelas equipes de produção editorial da Editora Abril (GUSMAN et al, 2016) – devia-se a forma como os licenciamentos para publicação de personagens estrangeiros eram feitos – através de pacotes de títulos – e para oferecer alternativas caso um personagem fosse descontinuado em seu país de origem ou estivesse passando por uma fase de histórias de baixa qualidade.

Neste contexto, os logotipos das capas das revistas em quadrinhos possuem grande relevância visto que desde o surgimento desta mídia “a atratividade do título na capa e sua representatividade das características da história eram essenciais para os potenciais compradores” (YAMADA, 2015, p.42). Relatamos aqui um estudo de caso onde verificou-se que o design do logotipo da revista em quadrinhos contribui de maneira relevante na

percepção do gênero da publicação. O objeto de estudo é o título *Heróis da TV*, que ao longo de quatro décadas foi utilizado por diferentes editoras em publicações de gêneros distintos.

Em 1962, a editora O Cruzeiro publicou seis números de *Heróis da TV*, uma revista em quadrinhos do gênero Policial que apresentava HQs diferentes a cada edição com personagens de seriados televisivos estadunidenses como *Michael Shayne* (1960) e *87th Precinct* (1961-1962). O logotipo de cada número era o título da HQ, e as palavras *HERÓIS DA TV* – compostas em tipos sans-serif em caixa alta, com *TV* em corpo maior – constavam de um pequeno selo retangular com os cantos arredondados – em referência ao formato de tela de televisão – localizado à sua esquerda nas capas.

Em 1970, a mesma editora publicou quatro números da revista em quadrinho bimestral *Almanaque Super-Heróis da TV*, versão brasileira da revista estadunidense *Hanna-Barbera Super TV Heroes*, com personagens de desenhos animados Infantis, de Aventura e Super-Herói como Homem-Pássaro, Esquilo Sem Grilo, Jonny Quest, Lula Lelé, Os Três Mosqueteiros e Feiticeira Faceira, entre outros. Neste logotipo, a palavra *Almanaque* foi escrita em caligrafia cursiva, enquanto as demais fizeram uso das letras do logotipo original, com o acréscimo da letra “T” e do acento agudo em “*HERÓIS*”, bem como da palavra “*DA*”. Em 1970-1971, a revista teve seu título encurtado, e a numeração reiniciada, como *Almanaque Heróis da TV*. Cada capa dos sete números lançados apresentou um logotipo diferente, a maioria com letras baseadas no desenho das do logotipo anterior, muito comuns em desenhos animados infantis.

Após a editora O Cruzeiro cessar suas atividades, a Abril licenciou os personagens Hanna-Barbera e adquiriu o registro legal deste título lançando, no final de 1974, *Super-Heróis da TV* como número 15 da Revista *Mix Diversões Juvenis* e, entre 1975-1978, 32 números de *Heróis da TV*. O *lettering* do logotipo de *Super-Heróis da TV* era semelhante ao das revistas publicadas pela Cruzeiro, enquanto as letras de *Heróis da TV* eram menos irregulares. Em comum, os logotipos das duas tinham a palavra “*da*” escrita em caligrafia cursiva, característica da escrita infantil. “*HERÓIS*” e “*TV*” apresentavam perspectiva.

Em 1979, a Abril relançou o título, com nova numeração, logotipo e personagens – desta vez, os super-heróis Marvel. A concorrente RGE (Rio Gráfica e Editora) licenciara os principais personagens da editora estadunidense - Homem-Aranha, Hulk e Quarteto Fantástico - restando a Abril ficar com personagens então considerados de segundo linha: Capitão América, Homem de Ferro, Surfista Prateado, Thor e Punho de Ferro, entre outros. A RGE pertencia à família Marinho, proprietária da Tv Globo, que já exibia o desenho animado do Quarteto Fantástico – rebatizado como *Os Quatro Fantásticos*, tradução que

seria adotada nas revistas em quadrinhos da editora – e o seriado d’O Incrível Hulk, com os atores Bill Bixby e Lou Ferrigno - e que exibiria a partir de 1980, o seriado do Homem-Aranha, vivido pelo ator Nicholas Hammond. Jotapê Martins, que atuou como tradutor e editor da revista ao lado de Hélcio de Carvalho, relata que o título da antiga revista da Hanna-Barbera foi mantido propositalmente para “tirar uma lasquinha do sucesso” (GUSMAN *et al*, 2016; MORGADO, 2017, p.90) dos super-heróis Marvel que estavam na televisão. O logotipo adotado – e mantido pelos 122 números publicados mensalmente entre 1979-1988 – faz uso dos códigos visuais do gênero Super-Herói estabelecidos a partir do logotipo *Superman*, desenvolvido entre 1938-1940 por Joe Shuster e Ira Schnapp: um *lettering* com letras sans-serif extrudadas pela parte de baixo e compostas em uma dinâmica perspectiva em arco.

Quatro anos após o término desta encarnação da revista, a Abril utiliza o título em uma nova publicação, que alternadamente dedicava cada número a diferentes personagens de seriados japoneses do gênero Tokusatsu – abreviação da expressão japonesa *tokushu satsuei*, “filmes com efeitos especiais” – como Maskman, Black Kamen Rider, Cybercop e Spielvan. Este logotipo *HERÓIS DA TV* é apresentado em tamanho reduzido, centralizado acima do logotipo do personagem que dá título a cada edição. Seu *lettering* é composto por letras caixa alta sans-serif itálicas, com hastes de espessura irregular. Há um grande contraste entre as palavras *HERÓIS* e *TV*, maiores, com cor e sombra, e *DA*, pequena, fina e sempre em preto, que não privilegia maiores reduções. Foram publicados 21 números entre 1992-1993.

As quatro encarnações do nome *Heróis da TV* como título de revistas em quadrinhos podem ser separados, portanto, em dois grupos definidos pelo uso ou não das características visuais dos *letterings* encontrados em mídias e gêneros específicos. Tanto na primeira fase do título n’O Cruzeiro como na segunda fase na Abril, o *lettering* é colocado em segundo plano em relação aos títulos dos seriados televisivos, respectivamente dos gêneros Policial e Tokusatsu. Nas demais, observam-se o uso de *letterforms* associados à titulação de desenhos animados infantis dos anos 1960, bem como dos códigos visuais dos logotipos de Super-Herói.

Referências

GUSMAN, Sidney; NALIATO, Samir; NARANJO; Marcelo; CODESPOTI, Sérgio; MARTINS, Jotapê. **Traduz pra mim?**. In: **Podcast Confins do Universo #21**, 24 agosto, 2016. Disponível em <http://www.universohq.com/podcast/confins-do-universo-021-traduz-para-mim/> Acesso em 18 jun. 2020.

KOPP, Rudinei. **A capa efêmera: raízes e causas da instabilidade como estratégia no design editorial**. In: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA. set. 2002.

MORGADO, Alexandre. **Marvel Comics: A trajetória da Casa de Ideias no Brasil**. São Paulo: Laços, 2017.

YAMADA, Marjorie. **Falando em quadrinhos: a influência do letreiramento nas histórias em quadrinhos**. 2015. 190 p. Dissertação de Mestrado em Design. Universidade de Brasília, DF.