

A tirinha (ou tira diária) é um gênero jornalístico opinativo consolidado dentro das páginas de jornal e revistas. Contudo, a web vem permitindo a possibilidade de um novo espaço de criação e veiculação deste gênero, forçando-o a se adaptar à evolução das mídias digitais. A convergência midiática, segundo Jenkins (2008), explora as possibilidades de confluência de dispositivos midiáticos e de produção de conteúdo como uma transformação cultural, à medida que os usuários da internet são incentivados a procurar novas formas de se comunicar. As tirinhas, produções comumente impressas encontraram nos blogs um espaço apropriado para sua divulgação, principalmente por eles permitirem que se exerçam atividades opinativas, livres de censura e de caráter autoral.

Através dos estudos realizados por Bakhtin (2000) em relação aos Gêneros do Discurso, este trabalho tem o objetivo de propor uma discussão em relação as transformações tanto em sua nomenclatura, como em relação a sua forma, quando estes são desenvolvidos exclusivamente para as mídias digitais, ao agregar os recursos multimídia disponíveis na web, assim como fizeram McCloud (2006) e Franco (2004) em relação aos quadrinhos. Para fundamentar estes objetivos, foi realizado um levantamento em 104 blogs que apresentavam tirinhas em seu conteúdo, observando quais os principais tipos e recursos multimidiáticos utilizados para estas produções.

O processo de criação da internet transformou-se em algo simples e divertido. Como resultado desse estudo, percebemos que estamos descobrindo novas formas de elaborar gêneros já consolidados, aproveitando as lacunas deixadas pela indústria de produção de conteúdo. A web é um lugar de experimentação e inovação, um espaço criado pelos próprios usuários e as tirinhas são o exemplo dessas novas possibilidades de criação e veiculação nas mídias digitais.

VÍTOR NICOLAU

# TIRINHAS & MÍDIAS DIGITAIS



VÍTOR NICOLAU

## TIRINHAS & MÍDIAS DIGITAIS: A TRANSFORMAÇÃO DESTE GÊNERO PELOS BLOGS



João Pessoa  
2013

Livro produzido pelo projeto

Para ler o digital: [reconfiguração do livro na cibercultura](#) - PIBIC/UFPB

Departamento de Mídias Digitais - DEMID / Núcleo de Artes Midiáticas - NAMID

Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas - Gmid/PPGC/UFPB

### Coordenador do Projeto

Marcos Nicolau

### Capa

Keila Lourenço

### Editoração Digital

Keila Lourenço

Marriett Albuquerque

### Alunos Integrantes do Projeto

Fabrcia Guedes

Filipe Almeida

Keila Lourenço

Marina Maracajá

Marriett Albuquerque

Natan Pedroza

Rennam Virginio

Tirinhas & mídias digitais: a transformação deste gênero pelos blogs

Vítor Nicolau

2013 - Série Periscópio - 26



### MARCA DE FANTASIA

Av. Maria Elizabeth, 87/407

58045-180 João Pessoa, PB

editora@marcadefantasia.com

www.marcadefantasia.com

A editora Marca de Fantasia é uma atividade do  
Grupo Artesanal - CNPJ 09193756/0001-79  
e um projeto do Namid - Núcleo de Artes Midiáticas  
do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB

Diretor: Henrique Magalhães

### Conselho Editorial:

Edgar Franco - Pós-Graduação em Cultura Visual (FAV/UFG)

Edgard Guimarães - Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA/SP)

Elydio dos Santos Neto - Pós-Graduação em Educação da UEMSP

Marcos Nicolau - Pós-Graduação em Comunicação da UFPB

Paulo Ramos - Departamento de Letras (UNIFESP)

Roberto Elísio dos Santos - Mestrado em Comunicação da USCS/SP

Wellington Pereira - Pós-Graduação em Comunicação da UFPB

Atenção: As imagens usadas neste trabalho o são para efeito de estudo, de acordo com o artigo 46 da lei 9610, sendo garantida a propriedade das mesmas aos seus criadores ou detentores de direitos autorais.

N639t

Nicolau, Vítor.

Tirinhas & mídias digitais: a transformação deste gênero pelos blogs [recurso eletrônico] / Vítor Nicolau.-- João Pessoa: Marca de Fantasia, 2013.

2.922KB/PDF

ISBN: 978-85-7999-069-4

(Série Periscópio, 26)

1. Comunicação. 2. Mídias digitais. 3. Estudos de gêneros. 4. Webcomics. 5. HQtrônics. 6. Webtirinhas.

UFPB/BC

CDU: 070

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	08	<b>Descrição da Pesquisa</b> .....	86
<b>AS TIRINHAS</b> .....	13	<b>Análise dos dados</b> .....	89
<b>Conceito de Tirinha</b> .....	13	Tipo de Domínio e Hospedagem .....	90
<b>Conceito de quadrinhos em comparação com o conceito de tirinha</b> .....	16	Formato da Página .....	91
<b>Levantamento histórico</b> .....	21	Conteúdo da Página .....	92
<b>Tirinha como Gênero Jornalístico</b> .....	36	Tipo de Produção .....	93
<b>A tirinha na vida cotidiana</b> .....	38	Indica o tipo de produção .....	94
<b>AS TIRINHAS E A CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA</b> ...	50	Formato da produção .....	95
<b>Convergência Midiática</b> .....	50	Periodicidade da publicação .....	99
<b>Web 2.0 e os blogs</b> .....	54	Estilo da produção .....	100
<b>As tirinhas nas mídias digitais</b> .....	56	Personagens utilizados .....	103
<b>CONSTRUÇÃO DE UM NOVO GÊNERO</b> .....	63	Recursos Multimidiáticos (questão de múltipla escolha) .....	104
<b>Aprofundando os estudos dos novos gêneros</b> .....	63	Forma do Texto nos Balões .....	106
<b>Webcomics, de Scott McCloud</b> .....	68	Opção de contato com os envolvidos na criação .....	107
<b>HQtrônicas, de Edgar Franco</b> .....	75	Opção de comentário da produção .....	108
<b>As Webtirinhas ou Tirinhatrônicas ou simplesmente tirinhas digitais</b> .....	77	Links para redes sociais (questão de múltipla escolha) .....	109
<b>LEVANTAMENTO DAS TIRINHAS DIGITAIS</b> .....	81	RSS/FEED .....	110
<b>Metodologia de pesquisa em tirinhas</b> .....	81	Links para outros Blogs (Parceiros) .....	111
<b>Análise de Conteúdo</b> .....	83	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	113

## INTRODUÇÃO

A tirinha surgiu e circula há mais de cem anos nos meios impressos, principalmente em jornais e revistas próprias. Mas, nos últimos anos, esse gênero dos quadrinhos ganhou um novo espaço que vem proporcionando reconfigurações em suas características essenciais: os blogs. Estas produções, assim como as matérias jornalísticas, charges e outros diversos gêneros e temáticas adaptaram-se a este meio, sofrendo alterações, de forma a questionarmos se há uma descaracterização deste gênero e se o seu discurso mantém o caráter opinativo, bem como as características de representação do cotidiano. O presente estudo procura demonstrar que o formato atual das mídias digitais interativas está modificando o formato atual das tirinhas, de modo a criar novo gênero com novo estilo e propriedades próprias.

Poucos têm aprofundado os estudos em relação às tirinhas e explorado o seu potencial argumentativo, visto que ela é uma representação crítica do cotidiano que se utiliza de uma visão bem-humorada ou satírica e transmite uma mensagem de caráter opinativo através de sua

linguagem verbal e não-verbal. A tirinha é capaz de ultrapassar a censura e se afirmou como um gênero jornalístico com as mesmas propriedades da crônica, charge, artigo ou editorial.

Consolidada dentro das páginas dos jornais como uma categoria estética de expressão e opinião sobre o cotidiano, representada por personagens que nos imitam, a tirinha sempre teve como base o humor, a ironia, a sátira, provocando reflexão, tanto em relação às trivialidades do dia-a-dia quanto diante das questões mais sérias do país e do mundo. Mas é dentro dos Blogs que a tirinha tem encontrado novo espaço, utilizando-se, inclusive, dos elementos disponíveis nas mídias digitais interativas. A agilidade e o imediatismo da tirinha, características estas também presentes nas mídias digitais, nos faz entender que elas são imprescindíveis para a construção do pensamento crítico, quando elas não se dobram à massificação e se permitem à liberdade inventiva.

O Blog tem sido uma das principais ferramentas do processo de convergência midiática e também um espaço para a discussão sobre as mudanças de pensamento em relação à Cibercultura. Inúmeros debates, palestras e discussões *on line* são travados diariamente por blogueiros e seus públicos, graças às possibilidades geradas pela Web 2.0 e a facilidade na conexão com a internet.

O espaço proporcionado pelos Blogs permitiu que diversos gêneros opinativos, como as crônicas, charges e editoriais, provenientes das mídias tradicionais, ga-

nhassem mais visibilidade e abriu a discussão sobre a existência de um gênero Blog no contexto da internet. E, através do estudo desse gênero midiático no qual o Blog pode ser compreendido, é possível operacionalizar teorias e métodos ajustados ao exame dos meios de comunicações tradicionais, como o jornal, o rádio e a televisão; além dos meios alternativos, que atuam na construção de um cotidiano histórico fixado tanto no passado como na atualidade.

Este trabalho tem como principal objetivo realizar um estudo sobre o desafio das tirinhas em coexistir, tanto no suporte impresso como no digital, sofrendo ajustes que possam mudar a sua qualidade como gênero, buscando analisar o modo como as tirinhas estão sendo reconfiguradas nos suportes digitais e de que modo isto muda suas características, compreender como se dá a transformação do gênero a partir das suas características essenciais e identificar quais são as representações do cotidiano em seu discurso.

No primeiro capítulo exploramos o conceito de tirinha apresentado por Henrique Magalhães (2006) e a sua concepção de gênero jornalístico opinativo, de Marcos Nicolau (2007). O conceito de história em quadrinhos também é explorado neste capítulo e comparado com o de tirinha, apresentando principalmente a forma como ambos são produzidos e os temas que geralmente estas produções retratam em suas composições.

Durante todo o primeiro capítulo, tratamos a tirinha

como uma produção que retrata genuinamente o nosso cotidiano. Para isso, é apresentado um histórico evolutivo da tirinha, extraído principalmente das obras de Jacques Marny (1970) e Carlos Patati e Flávio Braga (2006). As metáforas da vida cotidiana, retratadas nas tirinhas, e as minhas próprias pesquisas também são apresentadas neste capítulo, fundamentadas por autores como Lakoff e Jonhson (2002), João Carlos Correia (2005), entre outros.

O segundo capítulo apresenta o conceito de convergência midiática, de Henry Jenkins (2008), utilizado como base para explicar o processo migratório das mídias impressas para as digitais. Este processo pelo qual a tirinha está passando, utiliza os blogs como principal plataforma para divulgação e para trabalhá-los como principais ferramentas desta cultura convergente e participativa, utilizamos principalmente o livro de Ricardo Oliveira (2010). Neste capítulo também exploramos como a mídia se comporta na modernidade, através dos trabalhos apresentados por Thompson (2008), Santaella (2002) e Pierre Lévy (2000).

Já no terceiro capítulo, discutiremos a necessidade ou não de um novo conceito de gênero adotada para as tirinhas que são produzidas com os recursos multimidiáticos, analisando os conceitos de Webcomics, desenvolvido por Scott McCloud (2006) e HQtrônicas, de Edgar Franco (2004), que se aplicam principalmente aos quadrinhos. A discussão é fundamentada a partir das teorias da Análise do Discurso, apresentada por Mikhail Bakhtin (2000), principalmente na separação feita pelo autor em gêneros

do discurso primário e secundário.

E, por fim, no quarto capítulo é apresentado o levantamento realizado em 104 blogs que apresentam tirinhas em seu conteúdo, com sua análise baseadas na metodologia e teorias apresentadas do Fonseca Junior (2009) sobre a Análise de Conteúdo. Os dados incluem a recorrência dos recursos multimidiáticos, o formato da tirinha e o tipo de produção que predomina na internet.

Percebemos, então, que o processo de criação nos blogs tornou-se bem mais diversificado, tendo em vista o grande número de recursos e possibilidades da web. Estamos descobrindo novas formas de compor as narrativas e de ilustração para as tirinhas. A internet é agora um lugar de experimentação e, principalmente, de inovação, um espaço criado pelos próprios usuários e as tirinhas são um bom exemplo dessas novas possibilidades criação e veiculação nas mídias digitais.

## AS TIRINHAS

### Conceito de Tirinha

A tirinha, também conhecida como tira diária, pode ser definida como uma sequência narrativa em quadros humorística e satírica que utiliza a linguagem verbal e não-verbal transmitindo, em sua grande maioria, uma mensagem de caráter opinativo. Através da utilização de metáforas, que a aproxima da sua representação do cotidiano, ela é capaz de burlar censuras e se afirmar dentro dos jornais impressos como um gênero jornalístico que apresenta as mesmas propriedades de uma crônica, artigo, editorial ou charge.

A composição da tira é definida por Magalhães (2006) como uma banda no sentido horizontal, contendo entre três e cinco quadros em sequência, inicialmente em preto e branco, e hoje mais comumente coloridas, inseridas nas páginas de variedades e passatempo dos jornais. A criação das tiras diárias publicadas regularmente nos jornais impulsionou a popularização e a massificação dos quadrinhos a partir da década de 1930.

Suas características básicas são definidas também

por Nicolau (2007), na obra **Tirinha**: a síntese criativa de um gênero jornalístico, pelo fato de ser:

(...) uma piada curta de um, dois, três ou até quatro quadrinhos, e geralmente envolve personagens fixos: um personagem principal em torno do qual gravitam outros. Mesmo que se trate de personagens de épocas remotas, países diferentes ou ainda animais, representam o que há de universal na condição humana. (NICOLAU, 2007, p.25)

A tirinha é uma forma de expressão no jornal e na revista. A mídia impressa precisou se diversificar e atender a diversos públicos, dando a possibilidade de o autor colocar suas vivências, experiências e problemas da vida cotidiana de forma divertida e provocativa, em uma realidade metaforizada, como no exemplo da tirinha abaixo, com os personagens Calvin e Haroldo, produzida por Bill Watterson:



Figura 1: Calvin & Haroldo, de Bill Watterson, é um exemplo de tirinha  
Fonte: WATTERSON, 2007, p. 26

Magalhães (2006) afirma que, mesmo com a economia de espaço e tempo, o humor gráfico consegue cap-

tar a atenção do leitor, muitas vezes a partir da proposta mordaz, irônica e com pluralidade de sentidos.

Apesar de muitos jornais diários brasileiros praticamente ignorarem as tirinhas ou as localizarem dentro das páginas de entretenimento, o seu conceito continua fiel a sua condição de crítica e reflexão sobre a condição humana, a vida do país e o nosso cotidiano.

O jornalismo ilustrado foi uma estratégia para se alcançar um maior número de leitores e os quadrinhos serviram para consolidar a ampliação do público. Sua linguagem baseada na imagem e na síntese do texto foi, mormente, um fator de sedução que contribuiu para o acesso aos jornais por um público que estava fora do círculo restrito de letrados. (MAGALHÃES, 2006, p. 9)

A agilidade e imediatismo da tirinha nos faz entender que elas são imprescindíveis para a construção do pensamento crítico, quando não se dobram à massificação e se permitem à liberdade inventiva.

Segundo Patati e Braga (2006) na sua obra *Almanaque dos Quadrinhos*, as tirinhas, assim como as histórias em quadrinhos, gibis, comix<sup>1</sup> e todas as outras formas de arte sequencial estão perdendo espaço para os meios de expressão de impacto sensorial bem maior, como o cinema. Mas elas também servem de inspiração para estas mídias, que cada vez mais adotam o estilo narrativo dos quadrinhos em filmes, séries e jogos.

<sup>1</sup> Conhecidos como quadrinhos *undergrounds* ou *hudi grudi*, expressão mais popular no Brasil, "aportuguesando" o termo em inglês.

## Conceito de quadrinhos em comparação com o conceito de tirinha

Ao partir do momento que pretendemos conceituar as tirinhas como um gênero que apresenta aspectos únicos e diferenciados em relação a outros gêneros, precisamos também destacar e, em alguns casos, diferenciar a sua definição observada em conjunto com a dos quadrinhos. Antes de começarmos a compará-las e explorar os seus detalhes, apresentaremos um pouco mais do conceito de quadrinhos.

Compreendemos o conceito de história em quadrinhos, ou HQs, segundo McCloud (2005), como uma ideia de características simples: um grupo de imagens, disponibilizado em sequência para indicar a passagem de tempo, com sua linguagem baseada em símbolos visuais preestabelecidos ao longo do tempo, além de elementos e estrutura comuns, como:

**balão de fala e legendas:** representação da linguagem oral, definida como o recurso identificador dos quadrinhos como linguagem;

**requadro:** geralmente denominado de quadrinho, estrutura onde os desenhos são inseridos, com a sua forma e tamanho influenciando na leitura, velocidade e interpretação da história;

**onomatopeias:** formas escritas e representativas do som inseridos em nosso cotidiano, como uma explosão (bum!), ou o choro (buááá!) e considerados signos visuais;

**linhas cinéticas:** indicadores de movimento compostas por metáforas visuais que ajudam a compreender o

que o personagem está sentindo ou fazendo;

**enquadramento:** delimitação esquemática bidimensional do espaço infinito do mundo real;

**elipses:** imagens omitidas no desenho, mas completadas mentalmente por nossa imaginação;

**percepção visual de tempo e espaço:** consciência visual simultânea de passado, presente e futuro especializado dentro da página.

Ao apresentarmos os elementos acima, podemos observar que existem alguns aspectos dos quais os quadrinhos e as tirinhas não compartilham com tanta evidência, principalmente aqueles relacionados à percepção visual de tempo e espaço. A tirinha é uma narrativa isolada de um todo, apresentada em uma sequência de três ou quatro quadros e tem a sua contextualização com a vida cotidiana. Elas são idealizadas para existir desta maneira, diferentemente das histórias em quadrinhos, que se apresentam roteirizadas, narradas e diagramadas em páginas ou revistas.

As tiras têm em si um processo criativo e de produção diferenciado dos quadrinhos, relacionada principalmente com a sua característica imediatista, aborda elementos mais próximos do nosso cotidiano em sua narrativa, com fatos que aconteceram até na mesma semana.

Abaixo (Figura 02) apresentamos uma página da HQ do Homem-Aranha, que trata exclusivamente do atentado terrorista ao World Trade Center, publicada alguns meses após o desastre. A edição da revista traz um fato, mas abordado em um cenário fantasioso. Compararemos então o gênero tirinha e o gênero quadrinho a partir da observação desta página e dos conceitos apresentados anteriormente.



Figura 2: Página da HQ do Homem-Aranha

Fonte: HOMEM-ARANHA ESPECIAL. São Paulo: Panini Comics, 2002.

Quando observamos as tirinhas e a sua linguagem verbal e não verbal, comparando com as páginas dos quadrinhos, verificamos que estas apresentam uma menor quantidade de elementos no enquadramento. Geralmente, os elementos contidos dentro do requadro são mais simples e com uma menor elaboração em relação aos signos visuais contidos nele. As HQs são bem mais ricas, procurando um perfil mais aprofundado do cenário e da ambientação na qual a história está inserida. As tirinhas, por sua vez, concentram-se no texto e na piada inserida na história.

As tirinhas apresentadas nas páginas dominicais têm produções um pouco mais longas, chegando a ter entre nove e doze quadros. Elas são mais próximas as HQs, no que diz respeito à diagramação, mas limitam-se a apenas uma história, sem aparente sequência ou continuação nas publicações seguintes. Contudo, o comum é que elas apresentem apenas poucos quadros e uma história descontínua que, quando agrupada em um álbum ou coletânea, parecem formar uma narrativa desconexa e sem uma lógica formal, tratando de fatos e eventos isolados.

Diferentemente das tirinhas, a produção de uma história em quadrinhos, emprega diversos profissionais, dentre os quais podemos observar: o argumentista, responsável por elaborar a história como um todo; o roteirista, que desenvolve as nuances da história e os diálogos contidos nela; o desenhista, produtor das ilustrações em grafite; o arte-finalista, que cobre com nanquim o grafite ou edita a arte digitalmente; o colorista, que colore os desenhos com

lápiz, tinta ou com recursos digitais; o letrista, responsável pelo texto dos balões; e o revisor, que mantém a produção nas regras, sem erros ou problemas de continuidade. Nas tirinhas, podemos observar que elas são de caráter autoral, produzidos por apenas uma ou duas pessoas.

Poucas HQs, em comparação com as tirinhas, incorporam a produção autoral, mas estas produções tem se destacado no mercado atual, que procura novas histórias e privilegia a capacidade inventiva do autor, muito mais do que a estética do desenho. A tirinha raramente deixa de ser uma produção autoral, já que a sua elaboração segue um caráter simplista e objetivando a produção diária e imediata.

Quanto a sua publicação, os quadrinhos são veiculados em revistas próprias, com formatos variados e impressos no suporte papel, diferentemente das tirinhas, que dependem de outros meios de comunicação. O caráter dependente da tirinha em relação às mídias muda completamente a maneira como a sua linguagem é produzida, já que ela precisa obrigatoriamente seguir a mesma linha editorial do seu veículo base, formato padrão estabelecido pelo suporte e passível de censura ou edição. A tirinha, graças a sua composição metafórica consegue subverter a censura dos meios de comunicação e expressar opiniões e críticas fortes, mas de maneira sutil, como veremos nos próximos capítulos.

Analisar as tirinhas como uma subdivisão ou subgênero das histórias em quadrinhos faz com que não perce-

bamos certas particularidades, tanto da linguagem verbal, como da não verbal, contidas unicamente nas tirinhas. Por serem gêneros que apresentam muitas semelhanças, aproveitaremos a fundamentação básica elaborada para os quadrinhos, enfatizando os aspectos que apresentam em comum.

A pesquisa em quadrinhos é muito mais fundamentada do que a relacionada as tirinhas. No Brasil, os estudos são concentrados principalmente na HQs, sobrando poucos pesquisadores que se dedicam exclusivamente as tirinhas e as definem como um gênero separado.

A necessidade de discutir as diferenças entre os gêneros *história em quadrinhos* e *tiras diárias* ainda é uma proposta que necessita de um maior aprofundamento, tendo seu caráter, em diversos aspectos, questionáveis. Se vale a pena ou não separar um gênero do outro, somente estudos mais aprofundados no futuro poderá responder a questão.

## **Levantamento histórico**

A história das histórias em quadrinhos poderia muito bem ter sido iniciada com a arte rupestre, as representações pictóricas feitas há mais de 40.000 a.C. desenhadas em ossos e cavernas, ou com as ilustrações feitas para contar histórias bíblicas conhecidas como *Biblia pauperum*, desenhadas na Idade Média e que traziam as passagens bíblicas faladas pelas próprias figuras. Contudo,

segundo Marny (1970), a criação das histórias em quadrinhos é creditada ao francês Jean-Charles Pellerin na década de 1820, com as Figuras de Épinal, uma série de imagens que retratavam temas relativos à religião, história (como a Revolução Francesa) e os costumes da época.



Figura 3: Trecho das Figuras de Épinal, datadas do final do século XIX

Fonte: [http://fr.wikipedia.org/wiki/Fichier:Epinal\\_image.jpg](http://fr.wikipedia.org/wiki/Fichier:Epinal_image.jpg)

Até o final do século XIX, várias outras iniciativas de publicar o que seria o embrião das histórias em quadrinhos apareceram na Europa e nos Estados Unidos, como o professor suíço Rodolf Töpffer, que publicou entre 1827 e 1846 as *Histoires en Estamps: Les aventures de Monsieur Vieux-Bois, de Monsieur Cryptogramme, e de Monsieur Jabot*. Outros artistas, como o pintor alemão Wilhelm Bush, que criou a dupla *Max und Moritz* em 1865, e o francês George Colomb, com a *Famille Fenouillard* em 1889, também são considerados os precursores das tiras modernas.

O título de primeiro quadrinho publicado em jornais, segundo Marny (1970) é creditado ao norte-americano Richard Felton Outcault, com a história *The Yellow Kid*, publicado em 1895 no jornal *New York World*, utilizando constantemente o formato de texto que viria a se tornar o balão de fala conhecido nos quadrinhos atuais. Inicialmente batizada de *Down on Hogan's Alley*, a série humorística ganhou destaque graças ao *Menino Amarelo* que, segundo Patati e Braga (2006), tornou-se conhecido como o primeiro personagem das histórias em quadrinhos.



as conhecemos atualmente foi Bud Fisher, em 1907, com os personagens *Mutt e Jeff*, publicadas no *The New York Journal*, de propriedade de William Randolph Hearst. A publicação foi conhecida inicialmente como *Mr. Mutt* e após alguns anos o nome foi modificado para *Mutt e Jeff*, com a incorporação deste último personagem. As tirinhas surgiram, em seu formato clássico em piadas desdobradas em três tempos ou três quadros, como afirma Patati e Braga (2006), graças à escassez de espaço nos jornais que não permitiam histórias em quadrinhos muito longos.



Figura 6: Tirinha de Mutt e Jeff, datada de 1913

Fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Mutt\\_and\\_Jeff\\_-\\_motorcycle\\_cop.jpg](http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Mutt_and_Jeff_-_motorcycle_cop.jpg)

Para alguns pesquisadores, a série *A. Piker Cleck*, de Claire Briggs, publicadas no jornal *Chicago America* entre 1903 e 1905, é considerada a primeira tira, como afirma Magalhães (2009). As histórias de *A. Piker Cleck* trazia dicas sobre corridas de cavalos, mas não fizeram muito sucesso, já que os desenhos eram mal feitos e com textos explicativos debaixo dos quadrinhos.

Nesta época, com o sucesso de diversas histórias, fi-

cou evidente a necessidade de adaptar as tirinhas à grande imprensa diária norte-americana, sem deixar de contar a piada em uma série de desenhos atraentes, seduzindo o leitor e com soluções gráficas únicas e adaptáveis.

Marny (1070) destaca duas histórias francesas que fizeram muito sucesso entre os anos de 1908 e 1909. São elas *Les Pieds Nickelés*, criada por Louis Forton e publicada principalmente em revistas da época, e o semanário infantil *l'Intrépide*.

Em 1911 surge um dos personagens mais conhecidos da história dos quadrinhos: *Krazy Kat*. Criado por George Herriman, a série era publicada nas páginas de domingo dos jornais e serve até hoje de inspiração para inúmeros desenhistas em todo o mundo.

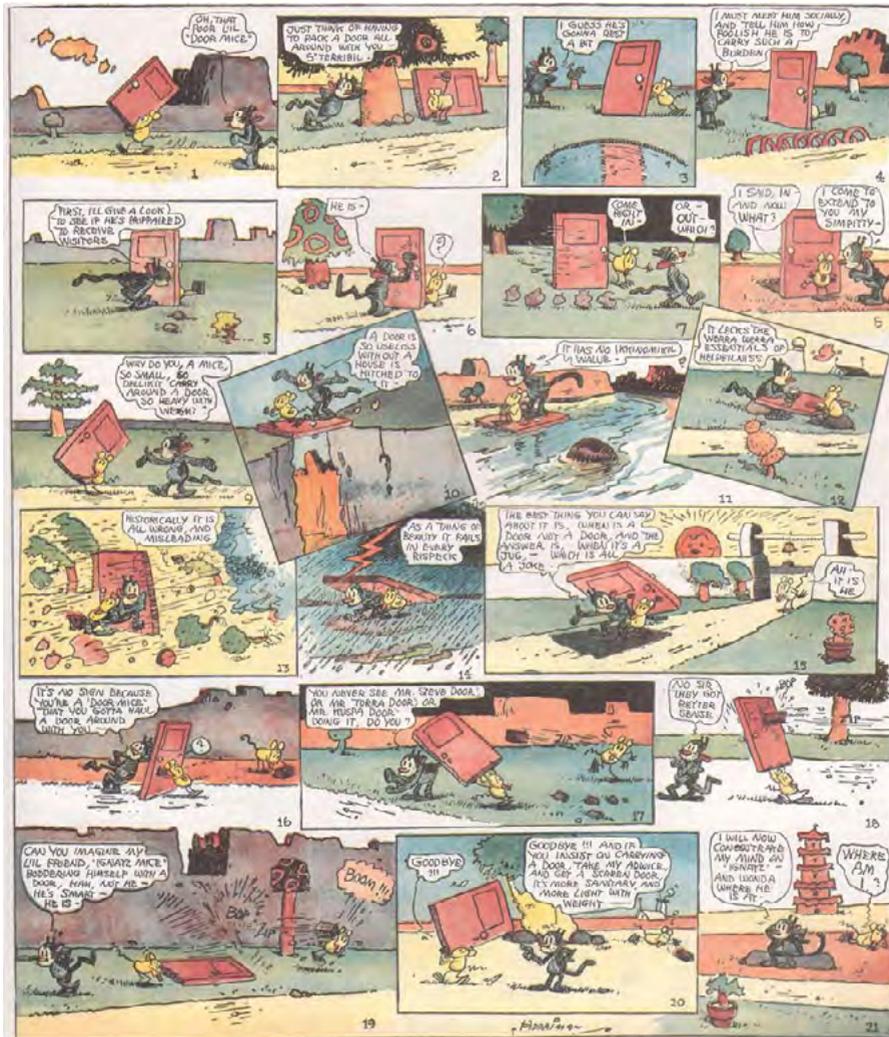


Figura 7: Trecho de Krazy Kat, publicada em 1922

Fonte: [http://en.wikipedia.org/wiki/File:1922\\_0121\\_krazykat\\_det\\_650.jpg](http://en.wikipedia.org/wiki/File:1922_0121_krazykat_det_650.jpg)

Em 1912, William Hearst funda a primeira distribuidora encarregada de comercializar as histórias em quadinhos nos Estados Unidos e no mundo, com o nome *King*

*Features Syndicate*. Os *Syndicates*, como ficaram conhecidos estes grupos, se encarregaram de espalhar tirinhas para jornais e revistas de todo o mundo, consolidando o gênero com presença marcante para gerações de leitores. A série *Bringing up father*, criada por George McManus em 1913 foi uma das primeiras tirinhas a ser comercializadas e a fazer sucesso em todo o mundo. No Brasil, a tirinha ficou conhecida como Pafúncio e Marocas.

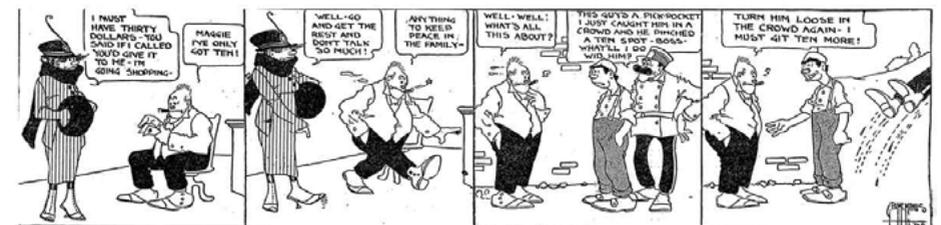


Figura 8: Tirinha Pafúncio de 1916

Fonte: <http://www.barnaclepress.com/cmclvt/BringingUpFather/buf161205.jpg>

Segundo Nicolau (2007), até o final da década de 1960, mais de trezentas tirinhas já havia surgido no mercado norte-americano, em cerca de 1.700 jornais diários e lidos por mais de 100 milhões de leitores. As tirinhas veiculadas de segunda a sábado seguiam o padrão clássico e em preto e branco, enquanto as de domingo eram esteticamente mais livres e geralmente coloridas.

Diversas tirinhas fizeram sucesso mundial, como *Peanuts*, de Charles Schulz, criadas em 1950 e publicadas por quase 50 anos; *Mafalda*, do argentino Quino,

publicadas inicialmente em 1964 e que ganhou grande reconhecimento na Europa; *Garfield*, desenhada por Jim Davis em 1978; e *Calvin and Hobbes*, desenhadas por Bill Watterson em 1985. Todas estas tirinhas atingiram ou se aproximaram de ser publicadas em mais de 2000 jornais pelo mundo e são utilizadas como referência e inspiração para novos desenhistas.

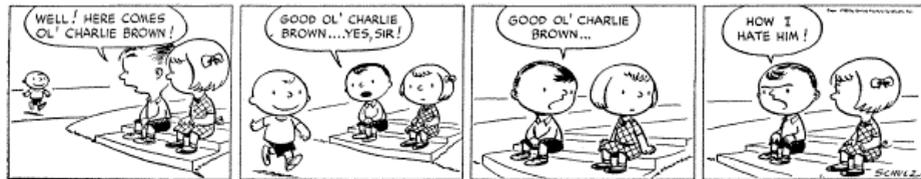


Figura 9: Primeira tirinha de Peanuts, em 2 de outubro de 1950  
Fonte: [http://en.wikipedia.org/wiki/File:First\\_Peanuts\\_comic.png](http://en.wikipedia.org/wiki/File:First_Peanuts_comic.png)

No Brasil, as primeiras produções de tirinhas veiculadas em jornal são creditadas a Maurício de Sousa com as histórias do cãozinho *Bidu*, em 1959, publicadas na Folha de S. Paulo. Depois do sucesso das tirinhas do *Bidu*, Maurício desenvolveu uma legião de personagens como *Mônica*, *Cebolinha*, *Cascão*, *Magali*, entre outros, que ganharam autonomia em revistas próprias.

Desenhistas como Luiz Sá já produziam algumas ilustrações na década de 1930. Os seus personagens: *Reco-reco*, *Bolão* e *Azeitona*, ganharam destaque, mas são consideradas como histórias em quadrinhos, já que eram veiculadas em revistas e algumas histórias apresentam mais de uma página, apesar de tratar temas do cotidiano local. Além deles, diversas outras histórias sur-

giram no Brasil, mas com pouca relação com o gênero tirinha, este já bem definido em todo o mundo.

Em 1960, Ziraldo criou o personagem *Pererê*, e o lançou na revista em quadrinhos brasileira produzida por um único autor, totalmente em cores. As publicações também traziam histórias no formato de tirinhas, mas foram canceladas em 1964, logo após o início do regime militar no Brasil.

No final da década de 1960, o cartunista Henfil começa a produzir tiras diárias com seus personagens *Graúna* e *Os Fradinhos*, publicadas no O Pasquim, um jornal semanário que fazia oposição ao regime militar.

## Rir é o melhor remédio



Todo dia a gente vai na tira do Henfil, que o Caderno 2 do Estado de S. Paulo publica. E no sábado demos com essa. Quem não se emociona?

Henfil, outubro de 1987, Caderno 2, jornal O Estado de S. Paulo  
Em reprodução na edição 952 do Pasquim, de 8-14/10/1987  
Copyright de Ivan Cosenza - henfil@globo.com

Figura 10: Graúna, de Henfil

Fonte: <http://www.memoriaviva.com.br/novoblog/imagens/grauna.jpg>

Henfil chegou a ter as suas tirinhas publicadas em jornais nos Estados Unidos, quando foi morar lá. Contudo, não conseguiu espaço nos principais veículos de comunicação e suas histórias eram publicadas como tirinhas underground. Ele retornou ao Brasil e continuou a publicar livros por aqui.

O teor crítico contido nas tirinhas de Henfil, principalmente através de suas histórias satíricas e irônicas, tornou-se uma das principais características das produções brasileiras até hoje.

Nos anos 1980, segundo Magalhães (2006), a Folha de S. Paulo também iniciou o processo de divulgação de tirinhas de forma mais intensa. No mesmo período surgiu a Agência Funarte, criada e dirigida por Ziraldo e ligada a órgãos federais, que chegou a contar com 15 desenhistas, publicando tirinhas em mais de 18 jornais diários no Brasil. A Agência foi fechada por Collor de Melo em 1990 e passou a funcionar como empreendimento livre com o nome de Pacatatu, administrada por Ricky Goodwin.

Angeli, com os personagens *Rê Bordosa*, *Wood & Stock* e os *Skrotinhos*; Laerte, com os *Piratas do Tietê* e *Overman*; e Glauco, com *Geraldão*, são os desenhistas de tirinhas mais populares no Brasil. Eles editaram na década de 1980, em conjunto com o quadrinista Luiz Gê, a revista *Chiclete com Banana* que publicava suas tirinhas e de outros desenhistas brasileiros. Angeli, Laerte e Glauco também desenharam na década de 1990 uma história chamada *Los Três Amigos*, reconhecida pelo estilo adulto das narrativas.



Figura 11: Los Três Amigos, que mistura os traços e personagens de Laerte, Glauco e Angeli.

Fonte: <http://blogagridoce.files.wordpress.com/2008/08/los3na-praia.jpg>

Os trabalhos realizados por Henrique Magalhães através da editora independente Marca de Fantasia têm se destacado na divulgação de história em quadrinhos e

tirinhas atualmente. Autor das tirinhas *Maria*, Henrique Magalhães promove a publicação através de álbuns, onde autores independentes encontram espaço para veicular suas produções.



Figura 12: Maria, de Henrique Magalhães

Fonte: <http://marcadefantasia.com/imagens/rendez-vous/rendez-vous-06-11-web.jpg>

A Marca de Fantasia é hoje uma das principais editoras independentes de História em Quadrinhos no Brasil. Criada em 1995, a editora é um projeto de extensão do NAMID - Núcleo de Artes Midiáticas - do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. O projeto abarca autores de todo o país, prestigiando principalmente a publicação de novos autores, além de fazer intercâmbio com a produção independente de outros países.

## Tirinha como Gênero Jornalístico

As tirinhas habitam as páginas de jornal e folhetins do mundo há mais de 100 anos. No Brasil, a partir da década de 1970, elas trouxeram consigo um conteúdo de crítica política, retratando com uma aguçada ironia os paradoxos da sociedade da época. As representações dos problemas diários ganharam forma dentro das tirinhas e hoje elas são reconhecidas como um gênero jornalístico opinativo.

Hoje, deparamo-nos com um grande número de gêneros que ainda está para ser devidamente estudado, principalmente devido à instauração dos meios de comunicação de massa e das novas mídias digitais, que criaram uma aldeia global e um número crescente de gêneros midiáticos. O que buscamos neste estudo é desvincular o conceito de gênero apenas como construções de texto literário e atualizá-lo, conforme sugere Nicolau (2007), a partir da organização dos textos na mídia contemporânea.

Apesar das primeiras definições de gênero ser creditadas a Aristóteles e a Platão, que organizaram uma distinção em três formas genéricas fundamentais: o lírico, o poético e o dramático, as primeiras tentativas de se classificar os gêneros jornalísticos foram feitas, segundo Pena (2005), pelo editor inglês Samuel Buckeley no começo do século XVIII, procurando separar o jornal Daily Courant em notícias e comentários. A maioria dos autores segue essa dicotomia quando estuda os gêneros jornalísticos, gerando uma divi-

são por temas e pela relação do texto com a realidade, ou seja, um confronto entre a opinião e a informação.

A formulação de gêneros jornalísticos, no Brasil, está ligada ao conceito de agrupamento da informação no espaço dos jornais e revistas. Na discussão entre opinar e informar, para Nicolau (2007), não há uma relação clara entre a formulação de gêneros, já que o processo de veiculação da informação é controlado pelas regras mercadológicas.

A crônica é um dos gêneros mais discutidos dentro do Jornalismo. Pereira (2004) afirma que ela é classificada como pertencente à categoria de jornalismo opinativo devido as suas relações de angulação e tempo. Ela fere todo o enquadramento da informação proposto pelas categorias do Jornalismo e, tomando como base estas considerações, inserimos as tirinhas neste gênero que, assim como a crônica, não segue a temporalidade exigida no campo jornalístico.

Com formato midiático próprio que representa práticas socioculturais dentro de outra prática sociocultural institucionalizada como a imprensa, a tirinha pode ser entendida como um gênero jornalístico, segundo Nicolau (2007), através de contratos tácitos que relacionam os dois lados do processo de comunicação na produção de sentidos e:

foi nas páginas dos jornais que ela se consolidou como uma categoria estética de expressão de opinião sobre o cotidiano, representada por personagens que nos imitam. Ela traz humor, trata com ironia, satiriza e provoca reflexões, tanto as trivialidades do dia-a-dia quanto as questões mais sérias do país e do mundo. (NICOLAU, 2007, p. 24)

As tirinhas tornaram-se comuns e populares dentro dos jornais e revistas, principalmente no final do século XX, abordando temáticas do cotidiano de maneira crítica e reflexiva e se consolidando como um gênero jornalístico opinativo.

### A tirinha na vida cotidiana

A atividade de produção de tirinhas vai consistir, em grande parte, de uma técnica de comunicação de massa, tendo em vista que a cultura de massas, segundo CAMPOS (1996, p. 206) "é aquela produzida segundo as normas maçãs de fabricação industrial.", já que ela segue um padrão mundial que irá fornecer informações, desenvolver atividade e provocar ações em quem recebe a mensagem. Sua criação é basicamente metafórica, com representações do cotidiano semelhantes às encontradas no nosso dia-a-dia.

As metáforas estão intimamente ligadas ao nosso cotidiano e conseqüentemente a esta cultura de massas. Contida na nossa linguagem, a metáfora é incorporada à escrita mais formal e objetiva, potencializando a mensagem transmitida. As tirinhas se aproveitam muito bem deste elemento para facilitar a transmissão da mensagem, tornando-a mais agradável e sensível ao público-alvo desejado.

A relação entre metáfora e as tirinhas foi observada pela autor deste trabalho na sua obra Calvin & Haroldo: metáfora e crítica à Indústria Cultural, lançada em 2009. No livro, Nicolau (2009) considera que, no contexto da tirinha,

a metáfora parece se adaptar muito bem às exigências tanto de quem comunica como de quem a lê. A criação de metáforas é mais bem aproveitada nas tirinhas, que a utiliza em conjunto com outros elementos comuns em nosso cotidiano, para expor uma opinião de maneira clara e que possa ser aceita de maneira compreensível pela nossa sociedade.

Combinando as metáforas que existem na mensagem linguística e na mensagem icônica da tirinha é possível observar qual é a verdadeira mensagem que o comunicador deseja transmitir ao seu público. Esta mensagem é uma nova metáfora que a sociedade, ao pensar no assunto tratado na tirinha, associa a este novo significado, dando ao leitor um senso crítico necessário para opinar sobre o assunto.

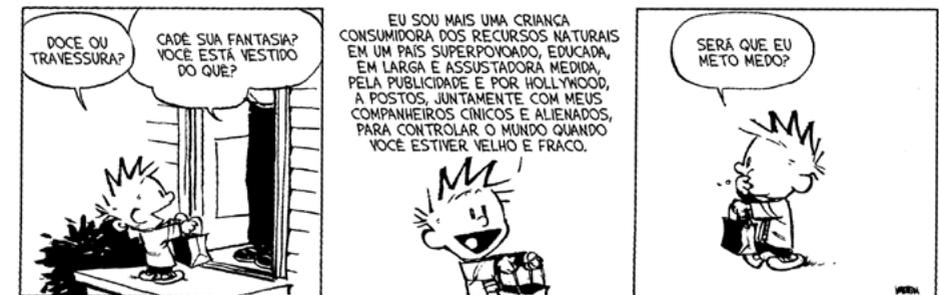


Figura 13: As metáforas contidas em Calvin & Haroldo, analisadas pelo autor na obra Calvin & Haroldo: metáfora e crítica à Indústria Cultural  
Fonte: WATTERSON, 2007, p.130

O processo de comunicação é um campo de estudo que coloca ênfase na comunicação como relação, transmissão, influência, troca e interação. Para que este processo seja realizado, é necessária a existência de duas entidades

e um meio de conexão entre ambas. O uso de uma metáfora irá facilitar a transmissão da mensagem entre o emissor e o receptor, criando um ambiente comum neste meio.

A metáfora é um fenômeno essencialmente discursivo, que tem como objetivo subverter as regras da língua e encontrar um espaço de liberdade para expressar sua subjetividade criativa. Sua definição afirma que ela é a utilização de uma palavra ou expressão fora do seu sentido normal e conhecido no cotidiano, dando-lhe um outro significado. Ela é considerada uma comparação entre dois sentidos, como nos exemplos: “encontrei a chave do problema”, que compara o ato de abrir uma porta utilizando uma chave ao ato de encontrar a solução para um determinado problema.

A partir da década de 1970, surgiram inúmeras teorias sobre a metáfora e sua utilização na nossa sociedade, em diferentes campos de estudo como a Psicologia, a Filosofia e a Linguística.

O grande marco dos estudos modernos sobre a metáfora vem da obra *Metaphor we live by* (Metáforas da Vida Cotidiana), escrita, em 1980, pelos norte-americanos George Lakoff, professor de Linguística na *University of California* em Berkeley (EUA), e Mark Johnson, professor de Filosofia na *Southern Illinois University* em Carbondale (EUA). O livro representou o início de um programa inovador de pesquisa devido ao forte poder explicativo que a teoria de Lakoff e Johnson desenvolveu sobre a metáfora e suas aplicações na vida cotidiana.

A metáfora era reconhecida como elemento da retó-

rica que Aristóteles estabeleceu no século IV a.C; e, até os anos 1960, início dos 1970, era considerada apenas como um fenômeno da linguagem, um ornamento linguístico ao discurso. Seu uso era associado à função da linguagem poética (ou estética) e, muitas vezes, interpretado como um desvio da linguagem usual, sem nenhum valor cognitivo. Neste caso, a metáfora não deveria ser utilizada para se falar de forma direta, clara e objetiva.

Nós descobrimos, ao contrário, que a metáfora está infiltrada na vida cotidiana, não somente na linguagem, mas também no pensamento e na ação. Nosso sistema conceptual ordinário, em termos da qual não só pensamos, mas também agimos, é fundamentalmente metafórico por natureza. (LAKOFF & JOHNSON, 2002, p. 45)

O sistema conceptual está ligado aos nossos pequenos atos cotidianos, dos quais geralmente não possuímos consciência. A cognição é um resultado de uma construção mental e ela tem sua origem na percepção, na linguagem ou na memória. Ela surge da nossa interação com as informações que recebemos e das que já dispomos.

A metáfora, neste novo paradigma, passa a ter seu valor cognitivo reconhecido, assumindo um *status* epistemológico, deixando de ser uma simples figura de linguagem e de retórica, para se tornar uma operação cognitiva fundamental, presente no cotidiano, principalmente na comunicação.

O maior objetivo de comunicação para o jornalista e desenhista é conseguir transmitir a mensagem de forma

acessível e compreensível, para que todos a compreendam. Se estes conseguem inserir-se dentro do cotidiano do seu público, através de metáforas, as chances de suas críticas serem compreendidas são muito maiores.

As metáforas conceituais fazem parte do senso comum e se encontram em unidades conceituais na mente, enquanto que as metáforas linguísticas são apenas representações verbais destes conceitos metafóricos. A compreensão destas metáforas se dá devido ao fato de os conceitos metafóricos correspondentes a estas metáforas terem uma base social e cultural, sendo que seus significados são compartilhados pelos membros de uma mesma sociedade.

O contexto social e cultura irão exercer forte influência na identificação de metáforas convencionais, e a ativação de conceitos metafóricos ocorre nestes casos por terem uma base social e não individual. Assim, para que não haja ruído, principalmente dentro das tirinhas, as metáforas devem ser signos simplificados, comuns em nosso cotidiano e de fácil interpretação, para que não haja ambiguidades, apenas se esta for intencional e não atrapalhe a transmissão da mensagem.

A metáfora vai dar ao jornalismo um tempero especial. Ela é uma forma criativa e inovadora de expressar informações para que estas se tornem agradáveis ao público ao qual a mensagem é destinada. Usar metáforas mexe com a imaginação do receptor, que brinca de decodificar a informação e tem prazer de descobrir, através de dicas adquiridas por ele ao longo de sua vida.

Muitas das mudanças culturais surgem da introdução de novos conceitos metafóricos e perda de antigos. Alterações em nosso sistema conceptual modificam o que é real para nós e afetam nossa percepção do mundo, assim como as ações que realizamos em função dessa percepção.

A metáfora é um dos mecanismos mais básicos que temos para compreender nossa experiência. Ela é capaz de criar sentidos novos, criar similaridades e definir uma nova realidade, sendo base central na tentativa de explicar as definições de verdade e de sentido.

Dentro da comunicação, os estudos da fenomenologia vão ajudar na forma como o discurso metafórico é realizado na vida cotidiana. A comunicação aqui busca sair da institucionalização, valorizando a troca de informações pelos indivíduos. Neste caso, a fenomenologia vai nos ajudar a entender que não há um modelo fixo de comunicação, ela vai buscar contrastes e verificar como a mensagem se apresenta.

A fenomenologia busca definir o conceito das representações. Ela estuda os efeitos que os signos vão causar em nossas vidas, tendo em vista que todo ser humano cria signos e que seus atos são intencionais.

A criação da fenomenologia é creditada, segundo Correia (2005), a Edmundo Husserl e aprofundada por outros estudiosos, como Alfred Schutz e Michel Maffesoli. O principal objetivo desta teoria é mostrar aquilo que se esconde por trás das aparências, entendendo tanto os fenômenos internos como os externos, procurando por uma

transparência nas análises do objeto estudando.

O estudo da fenomenologia mostra que há uma ligação entre o continente e o conteúdo, ou seja, aquilo que está mais escondido e o que está mais aparente. Para entendê-la, é necessário muitas vezes esvaziar toda a nossa carga teórica e compreender que não há uma ideia dominante, reduzindo assim as ideias pré-estabelecidas e os preconceitos, através de uma redução transcendental.

A fenomenologia vai traduzir as dificuldades em transmitir uma mensagem. Estar inserido dentro de um mundo onde há conflitos de linguagens, repletos de significados intersubjetivos, com cada palavra correspondendo a um campo semântico, é uma questão fenomenológica e onde esta tem a tarefa de focar e entender os fenômenos que ocorrem no mundo.

A consciência de um indivíduo, para a fenomenologia, é formada pela troca simbólica, aprofundada nos estudos relacionados ao interacionismo simbólico, que vai aplicar ao nosso dia-a-dia o ato de codificar e decodificar os símbolos. O processo de ritualização vai estar então bem próximo ao interacionismo simbólico.

O interacionismo simbólico vai resgatar o imaginário do indivíduo. Há um mundo da razão, mas também há um mundo da percepção, do imaginário, onde ele vai ser uma forma de compreender o social. As formas sociais no interacionismo simbólico são mediadoras e servem para a interação e a socialização.

O conhecimento comum, nos estudos da fenome-

logia, não se dá de uma forma individual. Neste caso, há a troca de signos que ajudam os indivíduos a se localizarem em diferentes contextos sociais. O interacionismo simbólico vai priorizar o estudo na prática, mostrando como os indivíduos, interagindo entre si, vão criar as formas sociais.

O interacionismo simbólico surgiu na década de 1960 através dos estudos da Psicologia Social, realizados pela Escola de Chicago, interessados principalmente no comportamento coletivo, na natureza da opinião pública. Os estudos sobre o interacionismo, principalmente os realizados por Goffman, entre outros, ampliou o seu campo para as reformas sociais. Suas principais características são as prioridades dadas aos estudos de campo, à observação direta e ao conhecimento prático, percebendo que os significados sociais são produzidos no processo de interação entre os indivíduos.

A comunicação procura trabalhar constantemente com esta troca de material simbólico, fazendo os indivíduos interagirem entre si e, muitas vezes, quebrando o aspecto face-a-face da comunicação estudada dentro do interacionismo simbólico.

Retomando o conceito de tirinha, que, segundo Nicolau (2007), é uma representação crítica do cotidiano que se utiliza de uma visão bem-humorada ou satírica e transmite uma mensagem de caráter opinativo através de sua linguagem verbal e não-verbal. Ela é capaz de ultrapassar a censura e se afirmou como um gênero jornalístico com as mesmas propriedades da crônica, charge, artigo ou editorial.

Consolidada dentro das páginas dos jornais como uma categoria estética de expressão e opinião sobre o cotidiano, representada por personagens que nos imitam, a tirinha sempre teve como base o humor, a ironia, a sátira, provocando reflexão, tanto em relação às trivialidades do dia-a-dia quanto diante das questões mais sérias do país e do mundo.

A produção de conteúdo independente é considerada por Thompson (2008) uma das principais formas de analisarmos o desenvolvimento da comunicação e o seu impacto na sociedade moderna. O uso de meios de comunicação pela população em geral implica uma nova forma de ação e de interação, através de novos tipos de relações sociais, principalmente quando a relacionamos ao conteúdo opinativo.

A metáfora contida nas tirinhas vai mostrar mais do que verdades essenciais, demonstra como nosso cérebro e mente lida com o mundo a nossa volta. Um artifício único, capaz de fazer compreender qualquer coisa que para nós parece difícil de ser explicada e definida. Através da comparação com o que está a nossa volta, a metáfora pode nos revelar verdades escondidas de maneira simples e compreensível.

Este processo de tentar mostrar o significado das coisas através de metáforas tem sido utilizado pelos profissionais de comunicação, quase sempre de maneira retórica, mas somente em anos recentes é que vem sendo usada cognitivamente no jornalismo científico, por exemplo. É com este pensamento que tentamos conhecer como

a estrutura operacional da metáfora, em conjunto com a Metis, funciona, para utilizá-la como um importante elemento retórico e argumentativo na produção de tirinhas.

O profissional de comunicação, principalmente os produtores de tirinhas, deve sempre estar bem inserido na sociedade, conhecendo os costumes e interesses do seu público leitor para atingi-lo, ao mesmo tempo, de forma sutil e marcante. O principal interesse de quem produz as tirinhas é revelar aspectos do cotidiano a fim de que a mensagem opinativa possa ser recebida e interpretada.

Então, o que seria uma tirinha se não uma metáfora da própria sociedade. A tirinha, também conhecida como tira diária, pode ser definida como uma história em quadrinhos humorística e satírica que utiliza a linguagem verbal e não-verbal transmitindo uma mensagem de caráter opinativo. Através da utilização de metáforas, que a aproxima da sua representação do cotidiano, ela é capaz de burlar censuras e se afirmar dentro dos jornais impressos como um gênero jornalístico que apresenta as mesmas propriedades de uma crônica, artigo, editorial ou charge.

A tirinha é uma excelente forma de expressão no jornal e na revista. A mídia impressa precisou se diversificar e atender a diversos públicos, dando a possibilidade de o autor colocar suas vivências, experiências e problemas da vida cotidiana de forma divertida e provocativa, em uma realidade metaforizada.

A partir da interpretação das várias metáforas na tirinha, algumas das quais podem até parecer não fazer

sentido nenhum para o tema geral, mas que, de forma subjetiva, provocam o leitor a desvendar qual a metáfora principal da tirinha ligada à mensagem que o cartunista deseja transmitir.

O desenhista, antes mesmo de criar a peça, já possui a informação da qual ele deseja transmitida, extraída através de uma astuciosa visão do cotidiano, dos seus aspectos diários e de que forma ele pode atingir o público utilizando estes elementos, de maneira sutil e, ao mesmo tempo profunda. O que o profissional realiza na produção da tirinha é a desconstrução desta metáfora central em outras menores, mais familiares e de fácil interpretação. Depois de finalizada a produção e divulgado o trabalho, o leitor brinca de montar este quebra cabeça para compreender qual é a verdadeira mensagem opinativa que o cartunista está transmitindo.

As tirinhas utilizam comumente personagens que, em grande maioria, são representações do ser humano, ou objetos e animais com traços humanizados. Para o interacionismo simbólico, o corpo possui toda uma simbologia comunicativa expressiva, que vem a representar um grupo social. Contudo, a comunicação jamais ocorrerá da mesma forma que a face-a-face, mesmo que ele procure interagir com o leitor, sempre haverá limitações.

Dentro de uma cultura participativa, proveniente da convergência midiática, como afirma Jenkins (2008), os usuários assumem papéis e agem como atores na estruturação e construção de uma comunidade de conhecimento.

Quando os espectadores vão para a internet, alguns optam por discutir suas interpretações e avaliações por meio das comunidades de conhecimento que se formam, no caso da tirinha, por aqueles que acompanham os blogs.

Durante o processo de construção e compartilhamento do conteúdo, há uma ritualização. Eles também passam a dividir o seu conhecimento e as experiências vividas e, no caso das tirinhas, ainda há a representação destes atores nos personagens, com gestos, olhares e estilos próprios do ser humano. Um grupo acaba se identificando com aquela personagem e com as experiências expostas por ele.

A interação é entendida no interacionismo simbólico através do face-a-face, contudo os meios eletrônicos estão cada vez mais acentuado as interações sem a necessidade de um face-a-face, mas na verdade através de um máquina-a-face que, em certos casos, se aproxima do real. Que o corpo apresenta toda a simbologia comunicativa disso não há dúvida e os encontros cara a cara transformam-se em microssistemas sociais que podem especificar fluxo de atividades comunicativas na interação. O que começaremos a discutir aqui é como a modernidade e a convergência está modificando a transmissão de material simbólico e a proximidade desta comunicação com a que ocorre na face-a-face, principalmente graças às inovações tecnológicas que permitem uma ampla transmissão de dados.

## AS TIRINHAS E A CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

### Convergência Midiática

Estamos vivendo aquela que pode ser considerada a era do usuário. Graças à convergência midiática, as novas e velhas mídias se cruzam, fazendo com que o consumidor e o produtor de mídia interaja na produção de um conteúdo cada vez mais diversificado e imprevisível. Jenkins (2008), em seu livro *Cultura da Convergência*, define esta nova era através do fluxo contínuo de conteúdo entre múltiplos suportes, da cooperação entre os mercados midiáticos e do comportamento migratório do público em busca de novas experiências e formas de interagir.

Mas Jenkins (2008) não se resume a analisar a convergência sobre uma ótica lógica. Ele nos mostra este fenômeno como uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões entre os conteúdos midiáticos. Neste novo paradigma da convergência, as novas e as antigas mídias estão interagindo de forma

cada vez mais complexa, principalmente devido às novas tecnologias midiáticas, que permitem que o mesmo conteúdo transite por vários canais e com diferentes pontos de recepção.

A palavra mídia, de acordo com Santaella (2002), não pode mais ser considerada como um meio de comunicação de massa. O surgimento de novos equipamentos técnicos e da internet começou a minar o exclusivismo dos grandes meios. Ela considera que o termo "indústria" se tornou obsoleto nos dias de hoje.

A convergência é na verdade um processo de mudança nos padrões dos meios de comunicação e impacta principalmente o modo como consumimos aquilo que é veiculado por estes meios. Ela não envolve apenas coisas materiais e serviços produzidos comercialmente, mas ocorre quando as pessoas começam a assumir o controle das mídias.

Qualquer ser humano no globo, segundo Santaella (2002), está interagindo em uma rede de transmissões de dados e acesso que vem sendo chamada de ciberespaço. Há uma convergência para a constituição de um novo meio de comunicação, de pensamento e de trabalho, uma nova antropologia própria do ciberespaço, que prevê a fusão das telecomunicações e uma indústria unificada da multimídia. Se a ocupação do espaço era impossível nos meios de comunicação de massa, o ciberespaço está cheio de brechas, onde há um maior espaço para o hibridismo e uma mistura de formas, gêneros e atividades.

Levy (2000) explica melhor este conceito de Ciberespaço definindo-o como um lugar onde há uma virtualização do espaço, como as distâncias físicas relativas e a informação distribuída para todos. O conteúdo diversificado é a essência base do ciberespaço e os dados são a matéria-prima de um processo intelectual e social vivo.

As novas tecnologias estão reduzindo cada vez mais os custos de produção e de distribuição, permitindo que qualquer um crie, archive, edite e redistribua conteúdo, permitindo que o alternativo e o corporativo coexistam.

Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos. (JENKINS, 2008, p. 45)

A cultura da convergência representa uma mudança no modo como encaramos nossas relações com as mídias. O público que ganhou espaço com as novas tecnologias está exigindo o direito de participar intimamente da produção de conteúdo e da cultura.

O uso dos meios de comunicação implica a criação de novas formas de ação e interação no mundo social, novos tipos de relações e novas maneiras de relacionamento do indivíduo com o outro e consigo mesmo, como

afirma Thompson (2008).

A era da convergência permite que modos de audiência comunitários existam, deixando de apresentar um maior vínculo com as antigas formas de comunicação. A nova cultura da convergência está menos arraigada a espaços geográficos e com laços estendidos entre os usuários, fazendo surgir novas formas de comunidade, onde o conhecimento não é mais só compartilhado, mas construído de maneira coletiva por todos os membros da comunidade.

O desenvolvimento dos meios de comunicação criou novas formas de interação, novos tipos de visibilidade e novas redes de difusão de informação no mundo moderno, e que alteraram o caráter simbólico da vida social. (THOMPSON, 2008, p. 72)

A interatividade é uma das peças chave da convergência. Ela é compreendida por Jenkins (2008) como o modo que as novas tecnologias foram planejadas para responder as necessidades de se comunicar do consumidor. A participação por parte do usuário é ilimitada e cada vez menos controlada pelos produtores dos grandes meios de comunicação.

O processo de criação é muito mais divertido e significativo se você puder compartilhar sua criação com os outros, e a web, desenvolvida para fins de cooperação dentro da comunidade científica, fornece uma infra-estrutura para o compartilhamento das suas coisas que o americano médio<sup>2</sup> vem criando em

<sup>2</sup> As atividades do americano médio na cultura da convergência é o objeto de estudo de Jenkins (2008).

casa. (JENKINS, 2008, p. 186)

A web está fornecendo um ponto de exibição para o produtor alternativo, além de servir de espaço para a experimentação e inovação, onde os amadores podem desenvolver novos métodos e temas, com o objetivo de atrair seguidores. E, algumas destas produções independentes ainda podem ser absorvidas pelas grandes mídias de maneira comercial.

## **Web 2.0 e os blogs**

O termo “participação” emergiu como um conceito dominante na cultura da convergência. À medida que se expande o acesso aos meios de distribuição pela web, nossa compreensão do que significa ser autor começa a se modificar.

As principais ferramentas de participação na web de hoje são os blog, fóruns e sites como o YouTube, Twitter, Flickr que permitem o compartilhamento de conteúdo entre os usuários, sem depender das grandes mídias. Alguns destes sistemas são tão simples e fáceis de utilizar que crianças e pessoas pouco habituadas com a internet conseguem usufruir de suas ferramentas para se comunicar com outros indivíduos.

Para o processo de divulgação, as comunidades virtuais são o grande diferencial na web. Ela permite que os nichos sejam identificados e localizados em um espaço e

o conhecimento compartilhado, abrindo espaço para discussões, sugestões e análises que, através de interesses mútuos, procuram construir uma nova forma de conhecimento e de entendimento da cultura.

Jenkins (2008) considera que participar de uma dessas comunidades expande a maneira como cada um compreende o mundo a sua volta. Elas permitem compartilhar conhecimentos e consolidar normas sociais, conectando experiências e elevando a consciência em relação ao processo de venda e de consumo das mídias.

O paradigma do emissor da informação ligado aos grandes meios de comunicação foi quebrado. A informação agora, como afirma Oliveira (2010) em seu livro *Blog: Cultura Convergente e Participativa*, não está mais ligada a grandes empresas. Na internet, qualquer pessoa ou coletivo pode criar novas soluções e conteúdos que possibilitem gerar audiências capazes de superar os grandes grupos.

O conteúdo está cada vez mais passível de personalização e sem limites de veiculação, e o cartunista, quadrinista ou desenhista agora tem o espaço que deseja na web para veicular os seus trabalhos, de maneira gratuita, sem vínculo com os grandes grupos de distribuição e com público certo, disposto a interagir com ele e a divulgar o seu trabalho.

A ideia de Web 2.0 nasce com o surgimento de novos aplicativos e ferramentas para a internet, proporcionando maior dinamismo no lado comercial da rede, além de novas formas de gerenciamento de conteúdo e participação do internauta. O termo se refere à ideia de segunda geração de uma internet

que acabara de sofrer grande impacto com o estouro da bolha em 2001. (OLIVEIRA, 2010, p. 39)

A internet, no contexto da web 2.0, adquire a característica de plataforma, principalmente com o desenvolvimento de aplicativos que aproveitem os efeitos da rede para se tornar cada vez melhor à medida que são utilizados pelos usuários.

O desenvolvimento dos meios de comunicação, na ótica de Thompson (2008), criou novas formas de ação e de interação e novos tipos de relacionamento sociais, formas que são bastante diferentes das que tinham prevalecido na maior parte da história humana.

Wolton (2004), apesar de considerar que o fim das distâncias físicas pode mostrar como são extensas as distâncias culturais, considera que a comunicação é uma necessidade fundamental, é uma característica essencial da modernidade. Cada vez mais os usuários estão procurando novas formas de se comunicar e encontrando na internet plataformas que permitam esta interação da maneira que eles imaginam que deva ser, seja através de um texto escrito, de fotografias, vídeos ou até de uma tirinha.

### **As tirinhas nas mídias digitais**

Com o advento das mídias digitais, as histórias em quadrinhos e as tirinhas têm encontrado na web um novo espaço, utilizando-se, inclusive, dos elementos disponíveis nas mídias digitais interativas, como considera McCloud

(2006). A agilidade e o imediatismo da tirinha, características estas também presentes nas mídias digitais, nos faz entender que elas são imprescindíveis para a construção do pensamento crítico, quando elas não se dobrassem à massificação e se permitissem à liberdade inventiva.

As tirinhas estão passando por modificações e ajustes as novas mídias, utilizando o blog como principal suporte para sua divulgação. Agora a produção experimental é livre, ficando a critério do autor e não da formatação dos meios impressos, que tipo de estilo ele irá seguir na transmissão da sua mensagem. McCloud (2006) considera que o intercâmbio entre os quadrinhos e as novas tecnologias já é uma realidade e a partir destes cruzamentos uma reconfiguração do gênero tirinhas e um novo produto cultural pode estar surgindo.

Edgar Franco (2004) traz a arte sequencial dos quadrinhos e das tirinhas para o contexto da web, em que podemos encontrar os principais elementos agregados à linguagem dos quadrinhos clássicos, produzidos para serem veiculados em suporte de papel, nas mídias digitais. Alguns deles, porém, apresentam inovações, como animações, diagramação dinâmica, efeitos sonoros, narrativas multilineares e interatividade, criando um gênero híbrido com a linguagem da hipermídia.

Muitas das tirinhas digitais não são mais do que adaptações das impressas, levadas para o meio digital. Por mais de cem anos as tirinhas habitaram a imprensa e hoje a mídia digital está convergindo para um único

suporte: o computador. A evolução da tirinha dependerá de sua capacidade de se adaptar a este novo ambiente, que inclui tanto as novas tecnologias como os desejos do público de consumi-la.

Neste contexto, os blogs têm sido a principal plataforma de divulgação das tirinhas digitais. Eles proporcionaram que novos desenhistas expusessem seus trabalhos, sem depender, por exemplo, dos conhecidos *Syndicates*, que se encarregavam de espalhar tirinhas para jornais e revistas de todo o mundo, e selecionavam previamente as tirinhas que pareciam ser mais mercadológicas, assim como influenciavam o modelo de produção dos artistas.

O blog, segundo Oliveira (2010), é uma das principais ferramentas do processo de convergência midiática e também um espaço para a discussão sobre as mudanças de pensamento em relação à Cibercultura. Inúmeros debates, palestras e discussões on-line são travados diariamente por blogueiros e seus públicos, graças às possibilidades geradas pela web 2.0 e a facilidade na conexão com a internet.

Em 2008, o Technorati<sup>3</sup> – um mecanismo de busca especializado em blogs - divulgou que possui mais de 133 milhões de blogs cadastrados em seu sistema, desde 2002, com quase um milhão de informações cadastradas por dia. O blog tornou-se uma importante

<sup>3</sup> <http://technorati.com/blogging/article/state-of-the-blogsphere-introduction/>

ferramenta como fonte de informação, entretenimento e opinião livre.

Mesmo que a veiculação das tirinhas esteja cada vez mais simples, a produção ainda exige a habilidade em programas de edição de imagens, como o Photoshop, o GIMP, entre outros. Esta necessidade ainda limita que alguns usuários publiquem suas ideias e faz da tirinha, mesmo que nas mídias digitais, um gênero com autores reduzidos.

Contudo, alguns sites estão desenvolvendo softwares que permitem a todos aqueles que tenham boas ideias criar tirinhas de maneira simples e rápida. Bons exemplos são o StripGenerator<sup>4</sup>, o ToonLet<sup>5</sup>, o ToonDoo<sup>6</sup>, StripCreator<sup>7</sup> e o Pixton<sup>8</sup>, este último com suporte em português. Alguns sites ainda possibilitam, além das tirinhas, a criação de algumas histórias com animações ou histórias animadas, como é o caso do Go!Animate<sup>9</sup>.

<sup>4</sup> <http://stripgenerator.com/>

<sup>5</sup> <http://toonlet.com/>

<sup>6</sup> <http://www.toondoo.com/>

<sup>7</sup> <http://www.stripcreator.com/>

<sup>8</sup> <http://pixton.com/br/>

<sup>9</sup> <http://goanimate.com/>

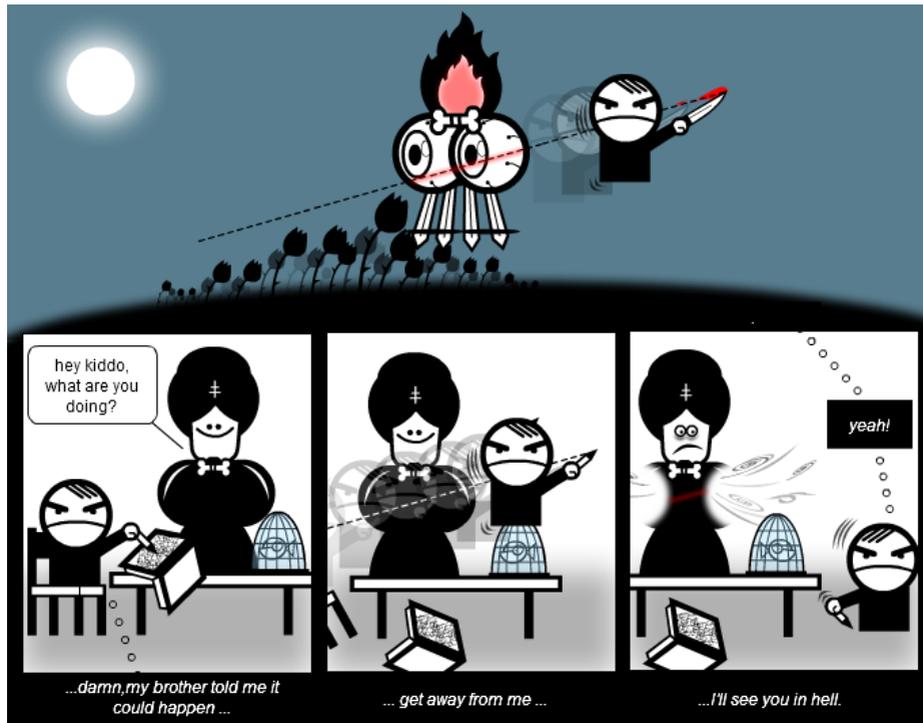


Figura 14: Exemplo de Tirinha extraído do StripGenerator, do usuário *sulegnA*

Fonte: <http://stripgenerator.com/strip/532359/miss-tittletale-m-monster-tits/>

Os programas de edição de tirinhas disponibilizados nestes sites são bastante simples e todos eles acompanham tutoriais que explicam a usuários leigos como criar suas próprias tirinhas. Eles disponibilizam a opção do usuário salvar a sua produção ou um link com um código para ser copiado e colado diretamente dentro do blog. Os próprios sites também abrem espaço para a veiculação das tirinhas produzidas a partir dos seus sistemas, com galerias divididas por temas, língua, data etc.

No Brasil, destaca-se o site da Máquina de Quadrinhos<sup>10</sup>, criado por Maurício de Sousa durante a comemoração de 50 anos da *Turma da Mônica* em 2009. Na página você pode criar histórias da *Turma da Mônica* e as melhores são publicadas em revistas e gibis.



Figura 15: Tirinha do site Máquina de Quadrinhos, do usuário *Sol & Lua*  
Fonte: <http://www.maquinadequadrinhos.com.br/HistoriaVisualizar.aspx?idHistoria=442948#>

As grandes empresas produtoras de quadrinhos também não ficaram de fora. A Marvel lançou o site The Superhero Squad Show<sup>11</sup> onde qualquer um pode criar tirinhas utilizando os personagens da Marvel, como *Homem de Ferro*, *Hulk*, *Wolverine*, com feições infantilizadas. Já a DC Comics lançou uma divisão de quadrinhos on-line, a Zuda Comics. No site, os usuários podem votar em histórias feitas por artistas e fazer alguns comentários em relação a eles, estabelecendo um canal direto entre quem produz e quem consome. Neste caso, estamos falando da produção de quadrinhos em si e não especificamente da produção de tirinhas, mas o site é um embrião do que pode

<sup>10</sup> <http://www.maquinadequadrinhos.com.br/>

<sup>11</sup> <http://superherosquad.marvel.com/>

se tornar uma rede social de produtores de quadrinhos e uma boa janela para a exposição de produções amadoras, tanto de histórias em quadrinhos como de tirinhas.

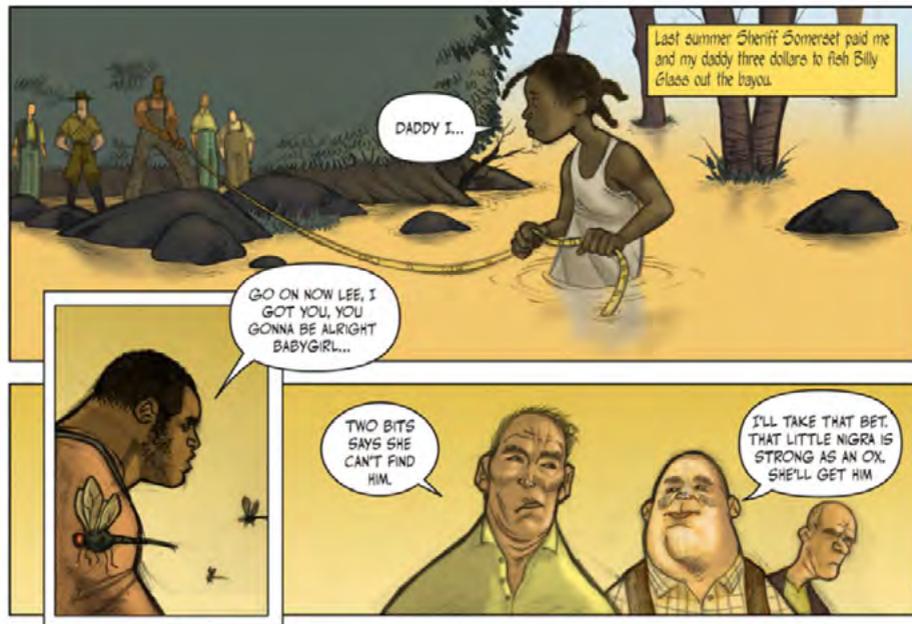


Figura 16: Bayou, de Jeremy Love, um dos quadrinhos publicados no site Zuda Comics e também um dos primeiros vencedores do concurso  
Fonte: <https://comics.comixology.com/#/view/2584/Bayou-1>

Com a produção de tirinhas cada vez mais simples e acessível, além da facilidade de sua divulgação, uma nova geração de produtores está surgindo, com novas ideias e cada vez mais interessados em explorar as potencialidades das novas tecnologias das mídias digitais.

## CONSTRUÇÃO DE UM NOVO GÊNERO

### Aprofundando os estudos dos novos gêneros

Como vimos anteriormente, ao tratar a tirinha como um gênero jornalístico isolado, as primeiras divisões de gênero foram feitas por Aristóteles e Platão, que organizaram uma distinção em três formas genéricas fundamentais: o lírico, o poético e o dramático. Este estudo abre caminho para todas as pesquisas de gênero realizadas, geralmente associadas ao texto escrito ou à comunicação oral.

O que percebemos hoje é um crescimento no estudo dos gêneros, principalmente aqueles relacionados aos avanços tecnológicos permitidos nas mídias digitais. Com o objetivo de fundamentar uma nova nomenclatura do gênero tirinhas publicadas nestas novas mídias e que incorporam as suas funções a ponto de criar um novo gênero, utilizaremos a proposta apresentada por Mikhail Bakhtin na sua obra "Estética da Criação Verbal"<sup>12</sup>.

Bakhtin (2000) afirma que todas as esferas da ati-

<sup>12</sup> A obra foi publicada em 1979, quatro anos após a sua morte, com um material reunido pelos editores das obras anteriores de Bakhtin. A 1ª edição brasileira foi publicada em 1992.

vidade humana estão relacionadas com a utilização da língua e de formas diferentes de comunicação. Esta utilização é feita através do enunciado, que reflete condições e finalidades específicas, não só pelo seu conteúdo, mas também pelo estilo e construção composicional.

Estes três elementos (conteúdo temático, estilo, e construção composicional) fundem-se indissolúvelmente no todo do enunciado, e todos eles são marcados pela especificidade de uma esfera de comunicação. Qualquer enunciado considerado isolado é, claro, individual, mas cada esfera de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, sendo isso que denominamos *gêneros do discurso*. (BAKHTIN, 2000, p. 279)

Tomando a tirinha como um enunciado, principalmente por esta conter comumente o texto escrito nas falas dos balões e ilustrações que caracterizam o personagem no momento de sua exposição oral, podemos observá-la como uma unidade composta por um conteúdo temático, estilo próprio e uma construção composicional, formando assim um tipo estável de enunciado e definido como um gênero do discurso.

A variedade de gêneros do discurso é infinita devido à inesgotável diversidade da atividade humana. Cada esfera da comunicação comporta um repertório de gênero do discurso que vai se ampliando e diferenciando à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa. A própria tirinha já foi considerada um subgênero dos quadrinhos, mas como defende Nicolau (2007), ela apresenta uma suficiente gama de características diferen-

ciáveis para ser considerada um novo gênero.

Nos seus estudos Bakhtin (2000) considera que há uma diversidade de gêneros do discurso tão grande que estes não parecem ter um terreno comum, transformando o conceito em uma ideia abstrata e distante. Para não minimizar a extrema heterogeneidade, Bakhtin leva em consideração a separação em **gêneros do discurso primários**, mais simples e bem definidos, e **gêneros do discurso secundários**, mais complexos e com desdobramentos perceptíveis em relação aos primários.

Este trabalho visa o estudo de um gênero do discurso secundário em relação ao gênero tirinha. A percepção deste novo gênero definiu-se mediante a própria afirmação de Bakhtin (2000) que considera a circunstância do aparecimento de um gênero do discurso secundário pela sua existência mais complexa e relativamente evoluída, a partir de um processo de absorção e transmutação de gêneros do discurso primários.

Os gêneros primários, ao se tornarem componentes dos gêneros secundários, transformam-se dentro destes e adquirem uma característica particular: perdem sua relação imediata com a realidade existente e com a realidade dos enunciados alheios. (BAKHTIN, 2000, p.281)

Ao analisarmos este novo gênero, mediante a fusão do gênero primário tirinha e das qualidades inseridas dentro da hipermídia, como a animação, o som e os hiperlinks, percebemos que se constitui um novo gênero de característica secundária, mas com particularidades exclusivas desta sua

nova composição e diferenciadas da realidade existente.

A distinção entre os gêneros primários e secundários é de vital importância a ponto de que a análise de natureza do enunciado deve levar em conta a análise de ambos os gêneros. A interrelação entre as tirinhas e este novo gênero secundário e o processo histórico de formação são essenciais para entendermos a natureza deste novo enunciado. Em uma pesquisa que envolve a análise de um material concreto, como pode ser observado neste gênero secundário, lidamos com um enunciado bem estabelecido e que se relaciona com diferentes esferas da comunicação.

Em seus estudos sobre os gêneros do discurso, Bahktin (2000) considera que analisá-los é indispensável, pois se não observarmos a natureza do discurso e as particularidades do gênero, estamos enfraquecendo o vínculo entre a língua e a vida. A língua penetra na vida através dos enunciados concretos, ou seja, dos gêneros do discurso.

Desta maneira, podemos compreender que cada gênero apresenta uma Estilística, que é individual e pode refletir características próprias de quem fala. Cada produção possui um estilo individual herdado de quem a produz, mas nem todos os gêneros são igualmente aptos a refletir esta individualidade. A variedade de gêneros em uma produção pode revelar a variedade dos aspectos da personalidade individual, sendo assim, a definição de um estilo geral e um estilo individual requer um estudo aprofundado da natureza do enunciado e da diversidade dos gêneros do discurso.

Ao observarmos as tirinhas criadas e publicadas

na web, percebemos um gênero com funções e condições específicas da comunicação, relativamente estável do ponto de vista temático, composicional e também de características próprias compartilhadas por todos os autores. O estilo é vinculado a unidades temáticas determinadas e a unidades composicionais, tais como: estruturação, conclusão, relação entre emissor e receptor, além dos parceiros durante a sua produção e veiculação, definido como um elemento da unidade de gênero.

Não há como classificar os gêneros apenas pelo estilo, pois estes são pobres e não apresentam critério diferencial. Eles apenas pertencem aos gêneros no estudo prévio de sua diversidade. Contudo, mudanças históricas dos estilos são indissociáveis das mudanças que se efetuam nos gêneros do discurso, com os enunciados e os gêneros como correias de transmissão que levam da história da sociedade à história da língua. Nenhum fenômeno novo pode entrar no sistema da língua sem ter sido testado previamente e reconhecido como um padrão geral.

O desenvolvimento da língua é marcado pela grande variedade de gênero dos discurso, tanto primários como secundários, e a ampliação da língua acarreta na ampliação, reestrutura e renovação dos gêneros do discurso. Quando os gêneros dialogam entre si, principalmente quando surge um gênero do discurso secundário, estamos destruindo e renovando o próprio gênero, quebrando o princípio monológico de sua composição, criando novas sensibilidades ao receptor e novas formas de conclusão do enunciado.

Com a criação de um novo gênero, como é o caso das tirinhas incorporadas ao cotidiano das mídias digitais, as nossas noções acerca da vida verbal, da comunicação, assim como das palavras, orações e produções são ampliadas e a gramática e a estilística individual se aproximam, com uma compreensão profunda da natureza do enunciado e da particularidade dos gêneros do discurso.

### **Webcomics, de Scott McCloud**

O quadrinista americano Scott McCloud é considerado um dos maiores teóricos dos quadrinhos, principalmente após o lançamento do seu livro *Desvendando os Quadrinhos*, em 1993<sup>13</sup>. Na obra, McCloud (1993) considera os quadrinhos como um gênero literário e abriu a discussão sobre como este gênero se comporta nas mídias digitais.

Na sua segunda publicação, McCloud aborda os quadrinhos inseridos nas novas tecnologias de comunicação e aprofunda ainda mais a discussão do gênero quadrinho e sua importância para diversas áreas do conhecimento. O livro *Reinventando os Quadrinhos* foi lançado em 2000<sup>14</sup> e propôs um novo gênero para os quadrinhos: os

<sup>13</sup> O título original da obra em inglês é *Understanding Comics*, publicado pela editora HarperPerennial em 1993. A versão traduzida para o português é de 2005.

<sup>14</sup> O título original da obra em inglês é *Reinventing Comics* publicado pela HarperCollins Publishers Inc. A obra só foi lançada no Brasil em 2006.

webcomics, histórias em quadrinhos que incorporaram completamente em sua essência as inovações propostas pelas mídias digitais, tais como animação, sons, hiperlinks etc. Iremos analisar este conceito de maneira mais efetiva para que a proposição de um novo gênero das tirinhas possa obedecer a parâmetros semelhantes a esta evolução proposta aos quadrinhos.

McCloud (2006) define os quadrinhos, ou HQs, a partir de uma ideia simples: o posicionamento de sucessivas imagens para ilustrar a passagem do tempo. Ele considera que esta estrutura cria um novo idioma e um novo vocabulário, baseado em símbolos visuais comuns no cotidiano.

As HQs tomaram um lugar vital na sociedade como uma forma de comunicação pessoal, constituindo assim um corpo de estudo que representa a vida, os tempos e a visão de mundo do autor. Suas propriedades podem ser consideradas semelhantes às das artes, um verdadeiro negócio que, comprovadamente, vem se reinventando e abrangendo diversos gêneros.

Ao retratar eventos do dia-a-dia, os argumentistas de quadrinhos enfrentam muitos desafios similares aos dos escritores de prosa – capturar os detalhes e a sutileza das atividades humanas e ter coragem suficiente para mostrar aos leitores o quadro integral, por mais incômodos que sejam os resultados. (MCLOUD, 2006, p. 35)

Reproduzindo as cenas que observamos no seu cotidiano, principalmente em desenhos realistas e caricaturis-

tas, os quadrinistas capturam a variedade de aparências humanas no mundo real. Eles oferecem uma visão honesta da vida cotidiana, combatendo as imagens distorcidas oferecidas pelos meios de comunicação em massa.

Os quadrinhos são considerados verdadeiros “fora-da-lei” por sua arte vibrante e estimulante que geralmente se opõe aos grandes conglomerados comunicacionais. Contudo, McCloud (2006) considera que a literatura dos quadrinhos até hoje só exibiu uma fração ínfima do seu potencial, mas que com as novas mídias eles estão começando a deixar o seu casulo e respirar a vida cotidiana, comunicando ideias. Assim como os grandes meios de comunicação, a história das HQs está repleta de exploração corporativa que só vem sendo quebrada por criadores de quadrinhos que se aventuram em publicações independentes ou migram para a internet.

A natureza das novas tecnologias da informação e da comunicação vem forçando os quadrinhos a se adaptarem rapidamente às necessidades e desejos do usuário, servindo de mapa para o futuro do gênero. A cada ciclo de inovações, no qual premissas tradicionais tornam-se obsoletas, as HQs estão procurando explorar o seu potencial com o objetivo de evoluir para sobreviver.

Hoje, com o advento da computação gráfica, a comunicação em rede e a interatividade, grande parte da produção das histórias é digital. McCloud (2006) previu exatamente o que acontece atualmente, com quadrinistas muito jovens e verdadeiros peritos digitais utilizando a

web como primeiro passo para entrar no mercado, assustando os veteranos do desenho manual e os forçando a incorporar as mídias digitais em suas produções.

O computador tornou-se um ambiente a ser explorado e depois compreendido. A tela digital oferece um mundo maleável de oportunidades com uma extensão infinita de estímulos e impulsos, e que vem substituindo toda uma amarra de meios físicos. Os elementos produzidos por programas de desenho podem ser movidos, duplicados e transformados, fazendo com que o quadrinista ganhe em precisão e flexibilidade, assim:

(...) qualquer pessoa com meios modestos e vontade suficiente estará pronta e preparada para reinventar definitivamente o visual dos quadrinhos se puder descobrir um meio de atingir seu público potencial (MCLOUD, 2006, p. 153)

A internet permitiu uma explosão de comunicação e criatividade e conforme a banda larga se espalhou pelo mundo, o percurso de um texto para imagens soltas para imagens múltiplas representou para os quadrinhos um caminho para a promoção e difusão. Esta difusão digital de HQs, como afirma McCloud (2006), que circula apenas como informação na web permitiu uma expansão no mercado de quadrinhos, principalmente de criações cada vez mais criativas, com interatividade, hipertexto, animação e sons, recursos estes característicos apenas das mídias digitais. A web e sua natureza descentralizada começou a reescrever diversas regras comerciais, com o quadrinho

não apenas como um objeto, mas uma verdadeira experiência visual e auditiva.

O modelo de negócio na internet transformou o dinheiro em informação pura, com a maioria das pessoas não encontrando nenhuma necessidade de pagar pelo conteúdo, pois não acham o preço justo nem a qualidade boa ou o processo de criação trabalhoso. Estamos entrando em uma economia em que os interesses dos consumidores são diretamente considerados e que o trabalho do criador pode ser valorizado de acordo com o interesse do seu público.

Levando em consideração a produção e a veiculação do trabalho, McCloud divide as HQs na web de duas maneiras: os **quadrinhos digitais**, ou webcomics, que são aqueles produzidos como informação pura, ou seja, especificamente para a web e difundidos por esta ou por um objeto de armazenamento, como o CD-ROM; e os **quadrinhos online**, que são versões digitais dos quadrinhos impressos.

Com a convergência midiática, as distinções tecnológicas da produção e distribuição de quadrinhos é cada vez mais evidente e uma diferenciação conceitual se torna mais importante que nunca. A meta dos quadrinhos é encontrar uma mutação durável que lhes permitam sobreviver às inovações tecnológicas.

Neste contexto, as tirinhas lutam para desafiar o status do subgênero dos quadrinhos e explorar o seu potencial comunicativo. Mesmo que a sua aparição no jornal seja por conveniência, eles lutam para fugir destas amar-

ras e procuram criar algo genuíno.

As tiras, até mesmo aquelas muito populares, estão perdendo terreno conforme menos pessoas lêem jornais e, procurando seu espaço nas mídias digitais, encontraram o seu verdadeiro desafio no design e praticidade de suas produções. Elas utilizam um formato mais simples, com uma abordagem “tudo em um”, e explorando a solução mais óbvia para os quadrinhos digitais: usar o formato padrão da tela do computador como página.

O conceito de Tela Infinita, em que a produção não é mais limitada ao número de páginas, pois tem a tela do computador como suporte e o espaço virtual disponibilizado pelo seu criador permitiu que os quadrinhos e as tirinhas não se prendessem mais a um formato fixo, explorando as oportunidades e soluções de design no ambiente digital. As produções podem assumir qualquer tamanho e formatação conforme o mapa temporal cresce neste novo suporte.

Mesmo que o recurso de geração de páginas e quadrinhos seja infinito no ambiente digital, a tela sempre terá limitações, principalmente devido à resolução dos monitores, à velocidade da conexão com a internet e à própria percepção humana que limita a visão de um todo infinito.

Mais importante, a capacidade dos criadores de subdividir seu trabalho como antes não se reduz, mas agora a “página” – o que Will Eisner chama de “metaquadrinho” – pode assumir qualquer tamanho e formato que a cena admitir a despeito de quão estranhos ou quão simples forem estes formatos e tamanhos (MCCLOUD, 2006, p. 227-228)

No ambiente digital, para ser fiel à simplicidade do mapa temporal proposto pelos quadrinhos, muitas vezes os quadrinhos digitais eliminam o som e o movimento, mas mantêm sempre a interatividade, pois ela é crucial neste tipo de mídia. E com cada avanço tecnológico, as maneiras de interagir se expandem, seja através de uma trilha sonora ativada por um clique, janela oculta ou zoom no detalhe, os quadrinhos digitais estão cada vez mais ricos em interatividade.

McCloud (2006) considera que, com o advento dos dispositivos de leitura portáteis<sup>15</sup>, a metáfora da tela como uma página comum de livro ou revista pode frear os avanços dos quadrinhos digitais. Tudo dependerá de como estas novas tecnologias irão incorporar as potencialidades das mídias digitais e de como os seus usuários irão se comportar na leitura dos quadrinhos nestes dispositivos.

Os quadrinhos são uma ideia poderosa de comunicação, que muitas vezes é ignorada, desperdiçada e mal compreendida. Mesmo com todas as esperanças de inovação, ela ainda parece ser obscura, isolada e muitas vezes obsoletas, por sempre viver pela casca das tecnologias. McCloud (2006) considera, por fim, que nenhuma “arte” viveu numa caixa menor do que os quadrinhos nos últimos cem anos de história e o que todos esperam é que com as novas tecnologias de comunicação este gênero

<sup>15</sup> Quando Scott McCloud escreveu o seu segundo livro em 2000, nem o Kindle nem o iPad haviam sido anunciados. Os leitores digitais eram apenas protótipos e apenas se especulava sobre o seu potencial.

consiga emergir, fincar raízes e evoluir para um gênero adaptado as mídias digitais.

### **HQtrônicas, de Edgar Franco**

No Brasil, um dos precursores dos estudos dos quadrinhos digitais é o também quadrinista Edgar Franco, que em 2004 lançou a obra HQtrônicas: do suporte papel à rede internet. O trabalho é resultado de uma ampla pesquisa para a sua dissertação de mestrado, que antecedeu a publicação traduzida para o português dos livros de Scott McCloud, que traziam os primeiros conceitos de *webcomics*.

Franco (2004) batizou as produções digitais de HQtrônicas e observou diversas produções, analisando aspectos semelhantes aos de McCloud (2006). Ele percebeu que as primeiras experiências de inclusão de códigos digitais na linguagem tradicional dos quadrinhos começaram a ser feitas a partir do final da década de 1990, com a veiculação das produções em sites.

A adaptação inicial dos quadrinhos para as mídias digitais começou com a criação de histórias no formato da tela do computador. Na década de 1990, a transposição dos quadrinhos impressos para o ambiente digital era comum, com páginas escaneadas que criavam barras laterais nos Navegadores<sup>16</sup> e modificavam a apresentação e a leitura.

<sup>16</sup> Também conhecido como Browser, o Navegador é o programa utilizado para que o usuário visualize os documentos virtuais publicados na internet. Os mais comuns hoje são: Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, Opera e Safari.

Com os sites publicando produções exclusivas para o ambiente digital, o padrão apenas se ajustou à tela e pouco se utilizava os recursos disponíveis na hipermídia e, portanto, não são considerados por Franco (2004) como HQtrônicas.

Neste mesmo período, a internet tornou-se o carro chefe da promoção e distribuição de quadrinhos impressos, abrindo espaço principalmente para que pequenas editoras divulgassem e vendessem os seus trabalhos, além da possibilidade de criar revistas de forma cooperativa. O surgimento crescente destas pequenas editoras com sites abriu espaço para a diversidade e pluralidade de manifestações quadrinísticas. A web não só abriu espaço para que novas experiências em relação aos quadrinhos surgissem, mas também representou uma revolução para a indústria produtora de HQs.

Com a popularização da hipermídia, (...) muitos artistas passaram a se interessar por experimentar as possibilidades expressivas desse novo meio, dentre eles vários quadrinistas que trabalhavam tradicionalmente no suporte papel vêm aos poucos migrando para a hipermídia, trazendo consigo todo o manancial artístico e narrativo apreendido na confecção das histórias em quadrinhos impressas, promovendo atualmente uma hibridização das linguagens das HQs com linguagens próprias de outras mídias. (FRANCO, 2004, p.145-146)

A hipermídia é uma mídia revolucionária, capaz de juntar um conjunto de formas de comunicação em uma única base tecnológica comunicacional multilinear e interativa. A sua grande novidade reside na possibilidade de reunir em um único suporte o restante dos outros meios e os webqua-

drinistas<sup>17</sup> vem migrando e adaptando as suas produções, realizando uma verdadeira hibridização, com produções que abarcam linguagens próprias de outras mídias, como o som e a animação, em conjunto de características próprias da hipermídia, como os hiperlinks e a interatividade.

O termo HQtrônica é proposto por Franco (2004) como uma tradução livre do termo *eletronic comics*. Com esta nomenclatura, ele procurou unir um ou mais códigos da linguagem tradicional dos quadrinhos, com um ou mais possibilidades da hipermídia, excluindo todas as HQs produzidas para o suporte papel e apenas digitalizadas.

Os avanços das linguagens dentro das novas mídias fazem com que Franco (2004) considere este um batismo provisório, associando o termo apenas às histórias em quadrinhos. Pontos como a evolução na inclusão de animações, a diagramação dinâmica, a música e os efeitos sonoros e os hiperlinks estão ainda por ganhar uma maturidade, principalmente devido às inovações tecnológicas dos programas de criação e edição de imagens, animações, sons, 3D etc.

### **As Webtirinhas ou Tirinhatrônicas ou simplesmente tirinhas digitais**

A nomenclatura das histórias em quadrinhos quando aplicadas ao meio digital apresenta uma grande variedade de opções, de acordo com a região, o país, a funcionalidade...

<sup>17</sup> Conceito introduzido também por Franco (2004) para aqueles que produzem quadrinhos apenas para o suporte digital.

dade e os recursos utilizados na sua criação. Os nomes mais comuns e mais conhecidos no mundo são a *e-comics* e *webcomics* nos EUA, além de *BD Interactive* na França. No Brasil, as produções digitais já ganharam o nome de Mangá Telemático, HQ Interativa, Quadrinhos On-line, Digibi e HQnet, mas nenhuma nomenclatura consolidou-se mais do que HQtrônica, de Franco (2004), apresentada na obra de mesmo nome.

Partindo desta variedade de nomenclaturas, e compreendendo a tirinha não como uma produção de características próprias e definida como um gênero por Nicolau (2007), este trabalho agora procura questionar a necessidade de uma nova nomenclatura para a produção e veiculação de tirinhas nos ambientes digitais.

Tendo como referência os estudos de McCloud (2006) e Franco (2004) o termo mais adequado para as tirinhas publicadas na web e que receberiam uma ou mais características da hipermídia, como animação, hiperlink ou som, seria de **tirinhas digitais**. Aquelas produções que não incorporarem nenhuma destas características seriam apenas **tirinhas online**.

Este batismo é de caráter provisório, mediante as constantes inovações das mídias digitais. Assim como considera Franco (2004), as novas mídias ainda estão no seu processo de evolução e uma nomenclatura definitiva seria cometer um grave erro na definição deste novo gênero.

A nomenclatura "tirinhatrônica" e "webtirinhas" não podem ser descartadas sem que se faça ainda uma ampla

pesquisa, principalmente sobre como este tipo de produção está sendo chamado na internet. O próprio nome que este novo gênero está ganhando dentro dos blogs é de suma relevância para definir qual será a sua nomenclatura.

Os blogs, sites e portais na internet utilizam o mesmo nome da produção impressa para a digital, sendo mais popular falar de tirinhas, do que de tirinhas digitais. Com isso, nos questionamos a real necessidade de renomear este gênero, visto que os produtores, distribuidores e o público em geral chama por um único nome. Qual seria então o nome deste novo gênero? Apenas o tempo vai dizer qual nome irá sobressair e realmente prevalecer para este novo gênero.

Mesmo com esta dúvida, a necessidade de dar um novo nome a este gênero é essencial, tendo em vista as suas características diferenciadas. Nicolau (2007) afirma que a tirinha como gênero jornalístico só pode ser compreendida desta forma devido ao suporte midiático pela qual ela está sendo divulgada. Como os espaços na web ainda não apresentam esta mesma padronização, principalmente em relação ao meio jornalístico, a sua definição como gênero jornalístico requer mais estudos e uma discussão mais longa do que a proposta neste trabalho.

A forma da tirinha, com seus três a quatro quadros, seu humor crítico e satírico e seu caráter opinativo ainda podem ser observado dentro da internet. Contudo, apesar de ter os blogs como principal forma de veiculação, a grande diversidade de formas de publicação das tirinhas na web fazem deste um gênero em processo de ajuste e

adequação. Se uma tirinha é postada em um blog, compartilhada no *Facebook* ou disponibilizada em um portal, ela pode sofrer algumas alterações que a ajustem a o meio pela qual está sendo veiculada.

Por fim, acreditamos que a tirinha, pela criatividade dos seus autores e a sua capacidade inventiva, não irá apresentar um formato preestabelecido, se ajustando e adequando aos meios digitais. Com isso, o seu nome ainda deve variar e por vários anos os estudos em relação às tirinhas na web devem consolidar qual é a nomenclatura mais adequada para este novo gênero.

## LEVANTAMENTO DAS TIRINHAS DIGITAIS

### Metodologia de pesquisa em tirinhas

Como afirma Vergueiro & Santos (2010), estudar os quadrinhos e, conseqüentemente, estudar as tirinhas é como estar “pisando em ovos”. Esta metáfora demonstra bem como as metodologias aplicadas a este tipo de *corpus* geralmente são consideradas frágeis, cabendo aos estudiosos da área apresentar pesquisas e teorias aplicadas que possam permitir uma melhor aceitação por parte da comunidade acadêmica.

Desde sua origem, no início da década de 1940, a pesquisa em quadrinhos sofre diversas críticas, principalmente devido à relação deste gênero com a sua capacidade de influenciar o público infantojuvenil. Ao ser considerado um meio de comunicação de massa, as HQs sofreram diversos ataques de teóricos como Fredric Wertham que utilizou como referência os estudos feitos no período pela Escola de Frankfurt. Nesta mesma época, a Europa como um todo condenava os quadrinhos, considerando-os apenas como leitura para criança e adolescentes.

Na década de 1960, como trazem Vergueiro & San-

tos (2010), diversas produções dos quadrinhos foram utilizadas como base para pesquisas semióticas, sociopolíticas, psicológicas e filosóficas. Humberto Eco foi um de seus principais defensores, utilizando as HQs como objeto de estudos linguísticos e semiológicos.

Podemos considerar que a mudança da rejeição para a análise é gradativa, na medida em que hoje cada vez mais professores e grupos de estudos dedicam-se para aprofundar as discussões sobre as HQs como objeto científico. As pesquisas em quadrinhos abrangem diversas áreas, não apenas por ser um produto cultural da comunicação de massa e de grande apelo popular, mas por ter despertado o interesse de pesquisadores de diversas áreas.

Vergueiro & Santos (2010) consideram que toda pesquisa em quadrinhos deve apresentar três aspectos: uma discussão sobre questões de gênero, de história e de política na qual a produção está inserida; a visão histórica, estética e filosófica; além da análise técnica, abordando aspectos semióticos, de discurso, conteúdo, estudos de caso e experimentação. Este trabalho procura abranger estes três aspectos ao analisar a tirinha como gênero jornalístico opinativo, sua história e a evolução da sua linguagem, além de analisá-la pela ótica de diversas teorias do cotidiano.

Para uma pesquisa eficiente na área da arte sequencial, é essencial trazer conceitos das metodologias de Análise de Conteúdo e Análise do Discurso por estas permitirem a decodificação do significado dos signos visuais e a relação que eles mantêm como o texto e com as

imagens como um todo.

Os quadrinhos são formas narrativas que empregam elementos imagéticos e verbais que interagem para contar uma história. Identificar os elementos significativos que se articulam em sequência demanda a utilização de técnicas de análise que possibilitam a leitura desse objeto. A semiótica e a análise de conteúdo são ferramentas adequadas para revelar os significados latentes e as conexões entre os elementos estruturais da narrativa ficcional. A análise do discurso, igualmente, pode ser um recurso importante para entender o conteúdo da mensagem que o produto cultural veicula. (VERGUEIRO & SANTOS, p. 199, 2010)

A carência de apoio é o principal fator das pesquisas em tirinhas, principalmente em comparação aos em HQs, serem consideradas embrionárias, assim como a falta de uma identidade como disciplina aplicada aos quadrinho e a pouca divulgação dos trabalhos realizados. Mesmo com estas produções apresentando linguagens específicas e distintas, livres dos clichês sobre a relação entre o texto e a imagem, gosto pelo público, uma história própria e bem definida, qualidades expressivas, desenho e dinâmicas de traços, elas não são reconhecidas como uma forma de arte e ignoradas pelos pesquisadores.

### **Análise de Conteúdo**

Durante a construção desta pesquisa, percebeu-se a necessidade de realizar um levantamento dos blogs brasileiros que trazem tirinhas em seu conteúdo e para

cumprir tal atividade, está sendo realizada uma pesquisa baseada na metodologia de análise de conteúdo, proposta por Fonseca Junior (2009). Contudo, o trabalho apresentado sempre estará longe de uma análise completa, tendo em vista o grande número de blogs e o seu expansivo número de novos blogueiros, com a relativa temática e a profundidade da análise.

A Análise de Conteúdo é uma técnica de pesquisa para realizar uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa de um determinado conteúdo. Aplica-se geralmente a uma grande quantidade de material organizado de maneira lógica e objetiva, possibilitando assim a utilização de métodos de pesquisa, como a dedução, ou seja, os resultados podem ser verificados com a adoção de diversas ferramentas metodológicas. Contudo, ela é considerada superficial, com margem para simplificação e distorções, sofrendo constantes contestações quando adotada como método científico.

Entendemos a Análise de Conteúdo como a supremacia dos números, fazendo dela uma importante peça para diversas disciplinas, adotando-a como uma técnica de pesquisa. Hoje, sua utilização procura adotar uma perspectiva complementar entre o quantitativo e o qualitativo, com diversas parcerias com outras técnicas de investigação.

A Análise de Conteúdo tem sua base no século XVIII, mas foi apenas no século XX que ela se envolveu diretamente com a comunicação. Esta técnica atingiu seu ápice na Segunda Guerra Mundial e desde então passa por ciclos de reconhecimento e contestação.

Os primeiros trabalhos realizados na comunicação foram voltados ao jornalismo sensacionalista dos Estados Unidos e, a partir de então, ela tem sido utilizada como critério de objetividade científica.

Nos últimos anos, a Análise de Conteúdo incorporou teorias das ciências sociais redefiniu conceitos, como o de estereótipos e trouxe novas ferramentas, como as enquetes. Ela herda do positivismo a valorização das ciências exatas, procurando formular questões relativas às ciências sociais de maneira mais rígida, linear, metódica e com uma base de dados verificável.

A Análise de Conteúdo pode ser aplicada a pesquisas relacionadas a comunicação principalmente quando ligadas a fatos e situações que ocorrem de maneira constante nas mídias, assim como a sua disposição no meio de divulgação e o interesse do público pela informação.

Podemos utilizar a Análise de Conteúdo para verificar a incidência e periodicidade de vezes em que a mulher é representada nas capas de revistas semanais como a *Veja* ou *IstoÉ*, e que tipo de representação é mais utilizada, ou verificar a periodicidade que atores de nacionalidade estrangeira aparecem em telenovelas brasileiras e que tipo de representação é mais frequente.

Podemos também verificar a disposição das matérias relacionada a um determinado político dentro de um jornal. Se as matérias sobre ele estão sempre na página da direita, considerada a mais importante dentro do jornal; se ela vem na parte superior ou inferior da página; ou

se está próxima a um determinado tipo de matéria.

A Análise de Conteúdo pode ser utilizada na pesquisa de tirinhas na web, com o principal objetivo de mapear as produções, que tipo de criação é mais frequente, a periodicidade da publicação, se há uma quantidade relevante de recursos multimidiáticos disponíveis, ou até a localização regional das produções e identificação dos criadores.

### **Descrição da Pesquisa**

Foram selecionados 104 blogs, entre os meses de outubro e novembro de 2011, que apresentavam tirinhas em suas publicações. Sabemos que o universo de blogs que trazem tirinhas dentro do seu conteúdo é mais amplo do que este número, mas objetivamos retirar uma amostra destas publicações para realizar um levantamento fundamentado.

Dentre os blogs foram selecionado aqueles que apresentam ao menos postagens semanais e que apresentavam links para outros blogs. A partir das páginas mais conhecidas e mais acessadas, começamos então a seguir um caminho pelas conexões entre os blogs até que os links tenham se esgotado.

Desta forma, sabemos que alguns sites não foram inseridos nesta pesquisa, mas a amostragem selecionada, escolhida por conveniência por apresentar os melhores exemplos, apresentam representatividade suficiente para atender os nossos objetivos, que é realizar um estudo sobre o desafio das tirinhas em coexistir, tanto no suporte

impresso como no digital, sem perder a sua identidade como gênero, além de procurar analisar o modo como as tirinhas estão sendo reconfiguradas nos suportes digitais e de que modo isto muda suas características; compreender como se dá a transformação do gênero a partir das suas características essenciais; e identificar quais são as novas representações do cotidiano em seu discurso.

Esta pesquisa apresentou até agora, como principal fonte de estudo, as novas tendências e discussões sobre as mídias digitais e o impacto do desenvolvimento deste meio nas tirinhas, criando novas formas de ação e interpretação deste gênero. Sendo assim, foi necessário uma pesquisa exploratória, definida segundo Mattar (2001) como um mapeamento do assunto, através do qual se estabelecem e levantam autores, obras e periódicos que abrangem a área de Comunicação, Jornalismo, Cibercultura etc. No nosso caso, consistiu também em procurar tirinhas que possam apresentar uma reconfiguração deste gênero, com o objetivo de utilizá-las como *corpus* da pesquisa.

Este tipo de pesquisa, de caráter exploratório, procura tornar o tema mais próximo e familiar ao pesquisador para que este possa entender os conceitos relacionados aos fenômenos estudados, coletando dados diretamente de material gráfico e sonoro relativos com o tema escolhido, suas contribuições teóricas já existentes, importante na primeira etapa da pesquisa.

Assim, reunidas todas as informações, iniciamos a segunda fase, que consiste na utilização da pesquisa

explicativa para analisar os processos de transformações deste gênero dentro dos blogs. Esta pesquisa explicativa, segundo Alves (2003) servirá para identificar os fatores que o formam, suas causas e seus efeitos. Desta forma, podemos compreender de que forma os recursos estudados geram seus efeitos.

A análise do *corpus* estudado, através dos processos metodológicos utilizados, formará uma pesquisa não apenas de natureza quantitativa a partir do levantamento dos blogs que apresentam tirinhas em seu conteúdo, mas também de natureza qualitativa que, como afirma Oliveira (2005), não emprega dados estatísticos, ou seja, numerar ou medir a reconfiguração das tirinhas nas mídias digitais, mas descreve a complexidade da questão, expondo os desdobramentos importantes dessa pesquisa para a área, tentando explicar, em profundidade, o significado e as características do resultado das informações obtidas.

Os estudos realizados por Thompson (2008), em relação ao desenvolvimento dos meios de comunicação e o seu impacto na sociedade, auxiliaram no processo de compreensão da transformação do gênero tirinha, inserido dentro dos Blogs; assim como as considerações realizadas por McCloud (2006) e Franco (2004) sobre a reinvenção dos quadrinhos dentro das mídias digitais.

McLuhan (apud SANTAELLA, 2003) questiona sobre como o advento de uma nova mídia pode alterar as interações sociais e a formação da nossa estrutura social.

Esta questão é essencial para as discussões sobre como a reconfiguração do gênero tirinhas afeta este quadrinho em outros meios de comunicação e a nossa percepção em relação a sua construção.

As considerações realizadas por Bakhtin (2000), em relação à concepção de gênero, também estão inseridas dentro do estudo a partir do momento em que deparamo-nos com um grande número de gêneros que ainda está para ser devidamente estudado, principalmente com a instauração dos Meios de Comunicação de Massa que criaram uma aldeia global e um número crescentes de gêneros midiáticos. O que buscamos neste estudo é desvincular o conceito de gênero apenas como construções de texto literário e atualizá-lo, conforme sugere Nicolau (2007), a partir da organização dos textos na mídia contemporânea.

Realizamos também um levantamento preliminar, com questões mais amplas e com um menor número de blogs. Este procedimento foi essencial na elaboração do presente trabalho, pois norteou a construção de um questionário mais claro e atendendo as reais necessidades desta pesquisa. Os dados do levantamento preliminar estão dispostos no apêndice.

### **Análise dos dados**

A partir deste momento, analisamos os dados obtidos na pesquisa. A lista dos blogs analisados, com o seu endereço, está disponível nos Apêndices deste trabalho,

assim como os dados brutos descritos em tabelas com o número e a porcentagem de cada item.

### Tipo de Domínio e Hospedagem

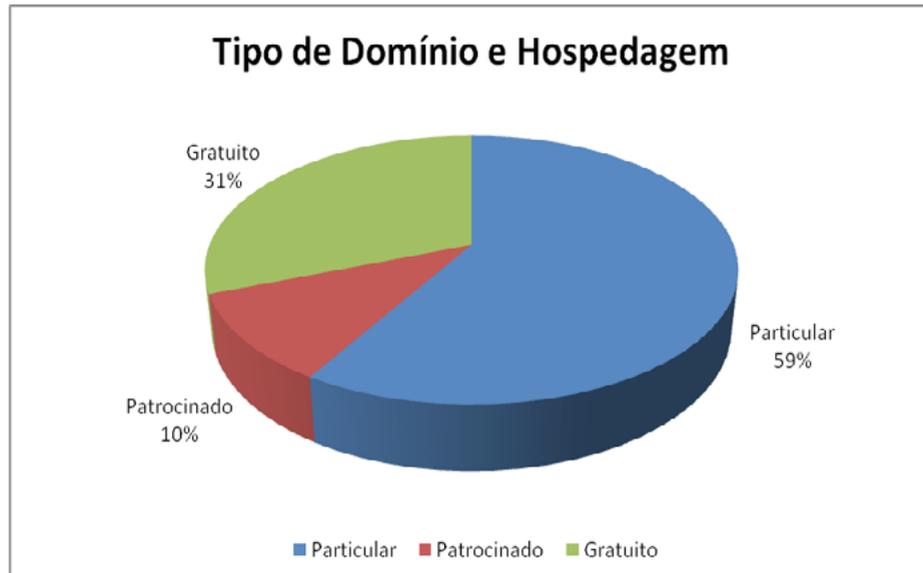


Gráfico 1: Tipo de Domínio e Hospedagem

O número de domínios particulares, ou seja, aqueles terminados em: .com, .com.br, .org, entre outros, necessitam ser comprados e correspondem a 59% dos blogs analisados. Isso demonstra um investimento por parte dos blogueiros, que registram os seus domínios.

Observamos também que 10% deles apresentam domínios patrocinados, pagos por empresas que hospedam os sites em troca de acessos para os seus portais. Os gratuitos são aqueles em que os usuários não precisam pagar pelo seu domínio e hospedagem, geralmente forne-

cidos pelos sites Wordpress, Blogger ou Blogspot.

### Formato da Página



Gráfico 2: Formato da Página

O formato padrão das páginas é de blogs, somando 95% das ocorrências. Para ser considerado, no formato de blog, a página precisa ter rolagem vertical, com as publicações<sup>18</sup> dispostas por dia. O formato de tira única também foi percebido, mas com apenas 4% do total.

Formatos mais semelhantes aos sites, com publicações não disponibilizadas na vertical e sem o caráter diário, caracterizam apenas 1% das páginas analisadas, Nenhum deles apresentou características de um portal, ou

<sup>18</sup> Conhecido na linguagem da internet como *posts*, ou *postagens*.

seja, com conteúdos de diversas áreas em seu *layout*<sup>19</sup>.

### Conteúdo da Página

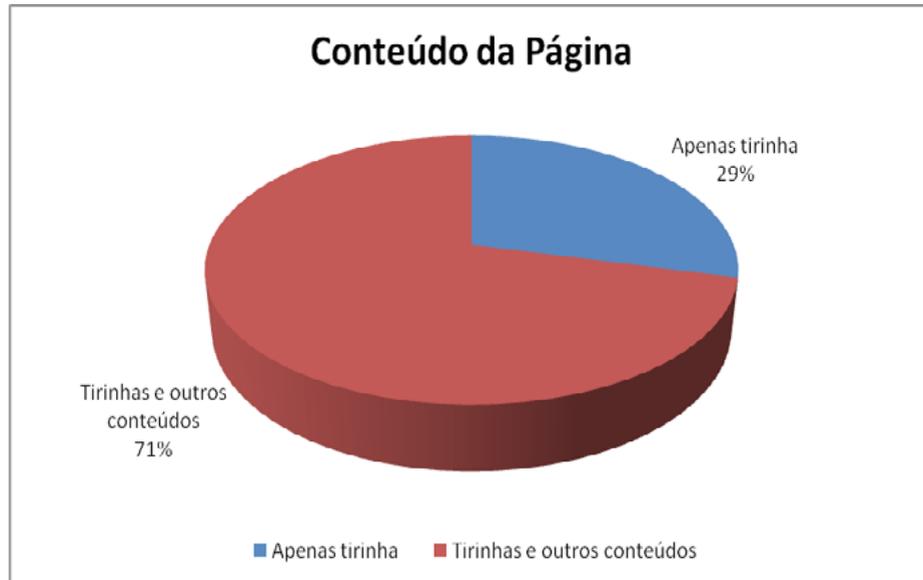


Gráfico 3: Conteúdo da Página

Em relação ao conteúdo dos blogs analisados, apenas 29% sobrevivem apenas com a publicação de tirinhas. Estes, geralmente, são feitos por desenhistas ou cartunistas que divulgam o seu trabalho. Poucos são os blogs exclusivos de tirinhas que se sustentam, com apenas este conteúdo; tendo 71% dos blogs publicações mistas, que aliam as tirinhas com vídeos, textos, ilustrações, charges etc.

<sup>19</sup> O termo *Layout*, ou no português leiaute, refere-se a diagramação e design da página, com a sua hierarquia de informação.

### Tipo de Produção



Gráfico 4: Tipo de Produção

Cerca de 57% dos blogueiros são produtores de tirinhas, publicando produções inéditas em seu conteúdo. 29% dos blogs mesclam entre tirinhas inéditas e já publicadas. Ao compararmos estes dois dados percebemos que 86% deles são produtores culturais, divulgando conteúdo autoral, com as suas visões em relação ao cotidiano.

Apenas 14% destes blogs publicam tirinhas copiadas de outros sites. Este dado pode ser relativo, pois muitos dos blogueiros não divulgam as suas fontes, nem informam se as suas tirinhas são copiadas ou traduzidas de outras páginas.

## Indica o tipo de produção

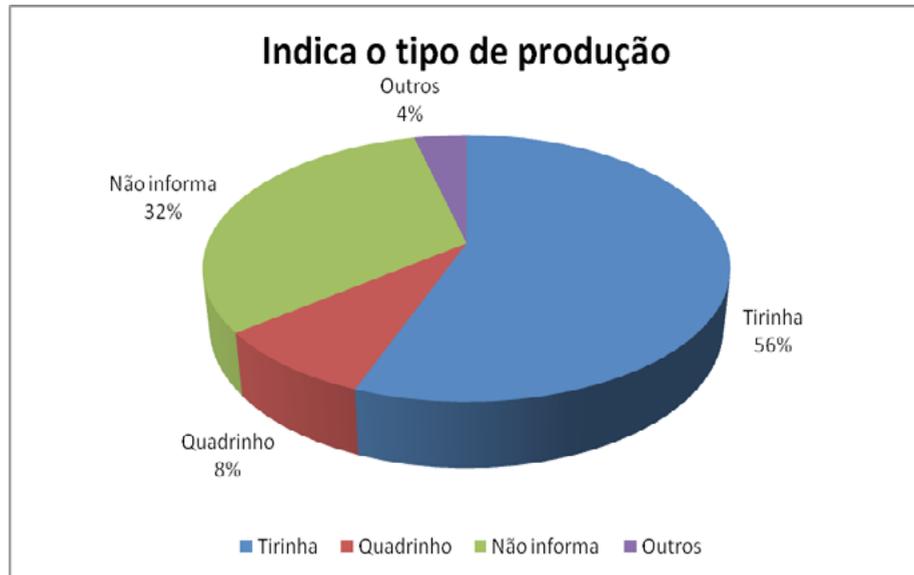


Gráfico 5: Indica o tipo de produção

Observando o nome que os autores dão as suas produções, percebemos que 56% as chamam de tirinhas e 8% a confundem com o conceito de quadrinho. Mas, 32% deles não informam qual o nome deste tipo de produção e 4% deles dão outros nomes; dentre eles: *webcomics*, desenho e imagens.

## Formato da produção

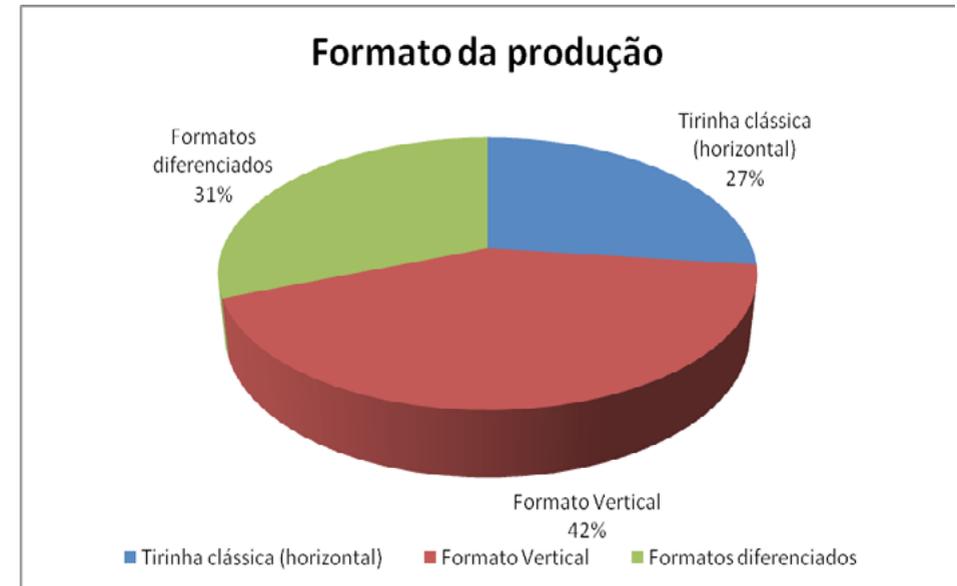


Gráfico 6: Formato da produção

O formato da tirinha mais comum é o de leitura vertical, com 42% dos blogs optando por apenas este estilo de publicação. A diagramação na vertical facilita a leitura nos blogs, mas influencia diretamente na sua visualização, já que parte dela encontra-se oculta, como no exemplo abaixo.



Figura 17: Tirinha com diagramação na vertical  
 Fonte: <http://capinaremos.com/files/2011/11/renato.gif>

As tirinhas com formato clássico, na horizontal correspondem a apenas 27% das publicações. Contudo, as produções com formato diferenciado chegam a compor 31% do total. Este formato tanto apresenta quadros na horizontal, quanto na vertical, parecidos com as composições divulgadas no jornal nas *sunday pages*<sup>20</sup>. Elas variam de tamanho, tendo geralmente quatro quadros, como apresentado abaixo.

<sup>20</sup> Páginas de domingo, que geralmente apresentam composições com formatos diferenciados e mais quadros que o normal.



Figura 18: Tirinha em formato diferenciado da sua definição  
 Fonte: <http://capinaremos.com/files/2011/11/suspense.jpg>

## Periodicidade da publicação

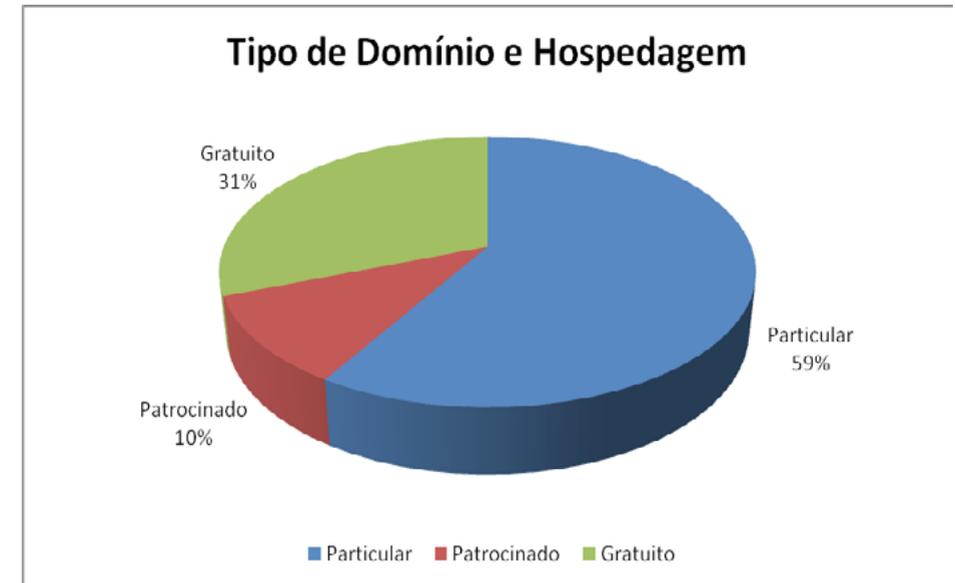


Gráfico 7: Periodicidade da publicação

A periodicidade da publicação nesta pesquisa diz respeito apenas às tirinhas, não levando em conta as outras postagens nos blogs. Estas têm mais comumente padrão indefinido, com 44% dos blogs. Aqui vale a pena ressaltar que 42% dos blogs publicam ao menos uma tirinha por dia. Nestes casos, a publicação se mantém semelhante às dos jornais que tinham publicações diárias e exigiam dos seus produtores criações constantes.

## Estilo da produção

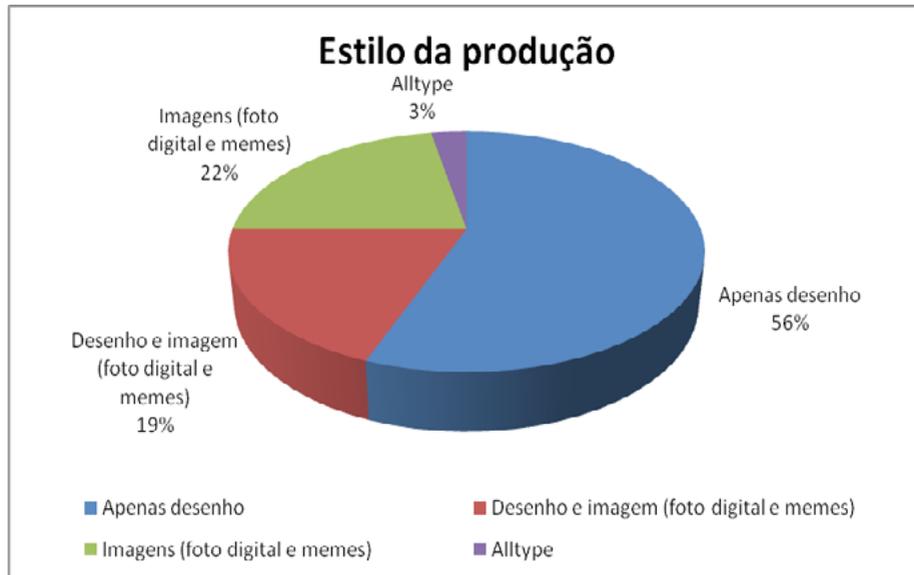


Gráfico 8: Estilo da produção

Quanto ao estilo da produção, ainda predomina, com 56% de ocorrência, a produção de tirinhas apenas com desenhos. Estes são produzidos utilizando diversos métodos e softwares diferentes, incluindo mesas digitalizadoras que imitam uma folha de papel e transferem os movimentos do lápis para o computador.

Neste gráfico, podemos observar que 41% do total das tirinhas incorporam imagens digitais as suas produções, somando com aquelas que apresentam imagens digitais e desenhos. Estas imagens, conhecidas como memes<sup>21</sup>, são copiadas de outras produções, ou *printscreens*

<sup>21</sup> A expressão memes significa, como afirma Brodie (2009), uma unidade básica de transmissão ou imitação cultural, que

de cenas de filmes e seriados, e aproveitadas para a elaboração das tirinhas.

O uso de memes tem se tornado cada vez mais comum nos blogs que publicam tirinhas em seu conteúdo. Elas são oportunos para observarmos como a inteligência coletiva<sup>22</sup> construída dentro da blogosfera - a partir do compartilhamento de elementos simples, que torna acessível à criação de uma tirinha -, utilizando apenas o recurso de copiar e colar (ctrl+c e ctrl+v).

se constrói a partir de uma unidade específica e memorável, se propagando como um vírus (vírus da mente), que contamina as pessoas e influenciam o seu comportamento de modo que elas ajudem a perpetuá-lo e disseminá-lo.

<sup>22</sup> A inteligência coletiva, segundo Lévy (2000), pode ser compreendida como uma inteligência compartilhada por todos e em diversos lugares, buscando o reconhecimento e enriquecimento mútuo das pessoas. Ela nasce através do compartilhamento de ideias, formando uma rede de comunicação e inteligência que abrange todos os conhecimentos criados e adquiridos de forma individual e apresentados em um espaço comum.



Figura 19: tirinha que utiliza memes em sua composição

Fonte: [http://assets.naointendo.com.br/ckeditor\\_assets/pictures/4ed7bb62494aa14e820000c/Micro.jpg](http://assets.naointendo.com.br/ckeditor_assets/pictures/4ed7bb62494aa14e820000c/Micro.jpg)

A tirinha apresenta desenhos que são copiados de outras produções na internet. Diversos blogs compartilham estas imagens, aproveitando o desenho para criar novas histórias. Elas também apresentam imagens copiadas de outros sites e portais, editadas para ajudar no entendimento da tirinha.

Algumas das tirinhas digitais só fazem real sentido caso o usuário conheça alguns destes memes. Sem o conhecimento prévio, adquirido principalmente com o acesso diário aos blogs, algumas tirinhas perdem o seu caráter humorístico e a mensagem transmitida por ela fica parcialmente prejudicada.

#### Personagens utilizados

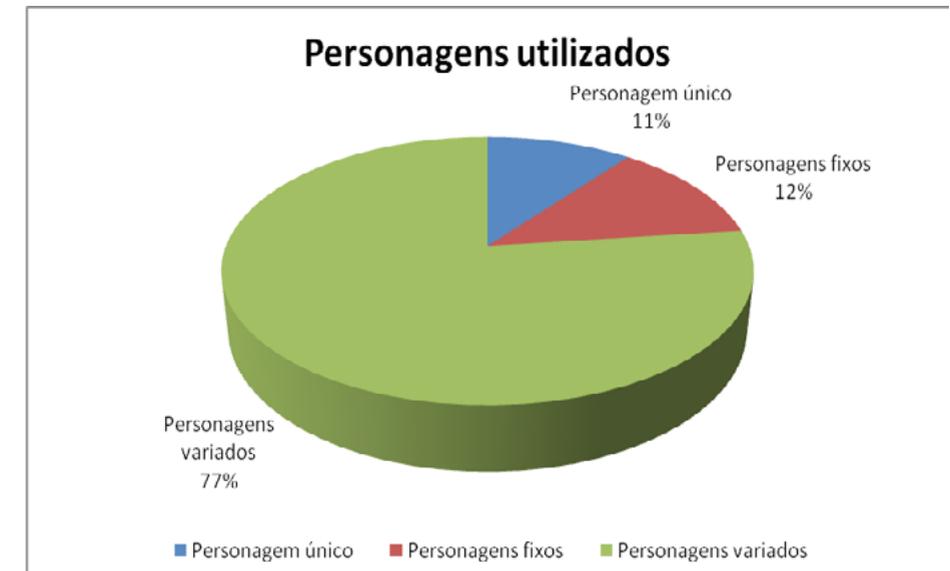


Gráfico 9: personagens utilizados

Os personagens utilizados nas tirinhas tendem a

ser variados, com 77% dos blogs sem apresentar personagens fixos. Esta variação dar-se-á principalmente pelo uso dos memes e de personagens compartilhados por blogueiros, que se preocupam apenas com a ideia da tirinha e não com a composição técnica e artística da mesma.

#### Recursos Multimidiáticos (questão de múltipla escolha)

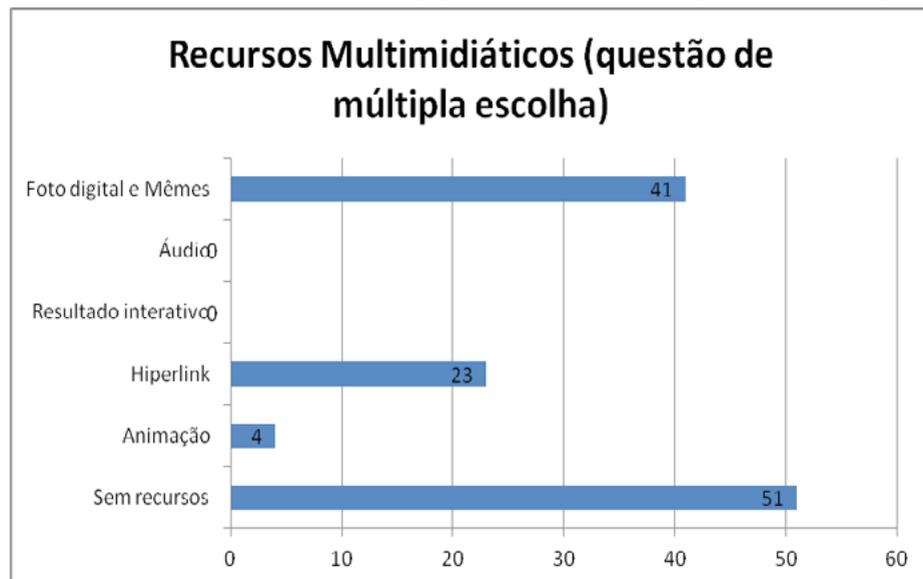


Gráfico 10: Recursos Multimidiáticos (questão de múltipla escolha)

Ao observarmos as tirinhas digitais que apresentam recursos multimidiáticos, percebendo que elas podem possuir mais de um recurso, constatamos que os recursos disponíveis na hipermídia ainda são pouco explorados nos blogs. 41 deles utilizam as fotos digitais e os memes, 23 hiperlinks, 5 animação, mas 51 não apresentam

nenhum recurso, sendo tirinhas desenhadas à mão livre, idênticas às produções dos jornais e revistas.

Com isso, constatamos que a tirinha ainda não sofre uma grande mudança em relação aos recursos multimidiáticos, mantendo-se iguais às tirinhas impressas. As produções digitais estão se adaptando a este novo meio e é comum aparecer algumas inovações, mas estas não costumam se firmar, tendo em vista o sistema centenário de produção e veiculação de tirinhas.

O mesmo pode ser constatado em relação aos quadrinhos que, mesmo com algumas histórias completamente adaptadas à hipermídia, o seu número, em comparação com as composições que seguem o formato do impresso, é bastante inferior.

## Forma do Texto nos Balões

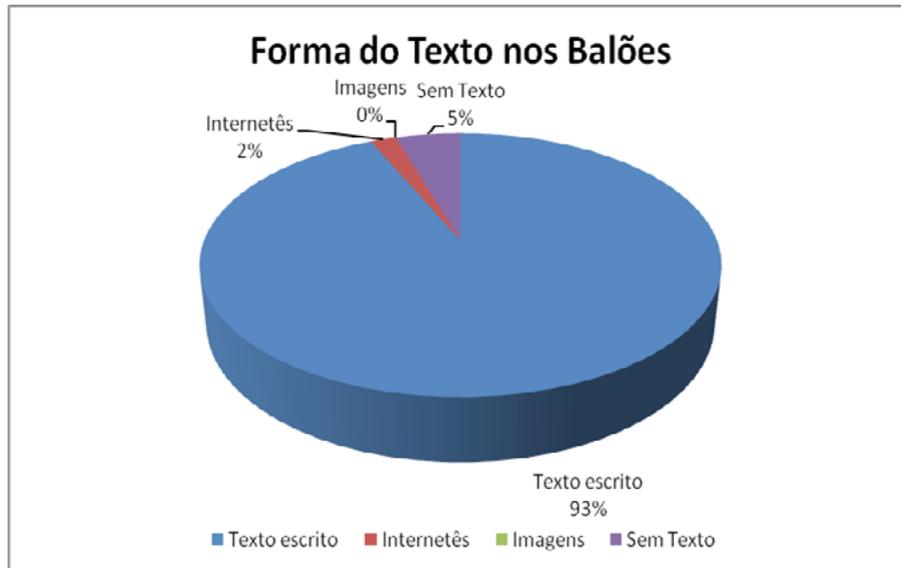


Gráfico 11: Forma do Texto nos Balões

Quanto ao texto escrito nos balões, 93% deles apresentam o português em sua escrita, mesmo aqueles em blogs em que predomina o “internetês”. Este termo refere-se à escrita adaptada à linguagem na web, com abreviações e *emoticons*<sup>23</sup>. As tirinhas sem texto aparecem com pouca frequência, principalmente devido ao uso de memes que necessitam de uma contextualização.

<sup>23</sup> Desenhos escritos a partir de símbolos e palavras, como um sorriso: =), ou um beijo: =\*

## Opção de contato com os envolvidos na criação



Gráfico 12: Opção de contato com os envolvidos na criação

A maioria dos blogueiros, cerca de 90%, expõe o seu e-mail para contato. Aqueles que não apresentam esta opção, geralmente são cartunistas famosos e consagrados que não utilizam os blogs como forma de aparecer no mercado. A facilidade de criar e excluir um e-mail também possibilita que a grande maioria disponibilize um contato.

## Opção de comentário da produção



Gráfico 13: Opção de comentário da produção

Uma das principais características dos blogs é permitir o comentário das postagens por parte dos leitores. Nos blogs que apresentam tirinhas em seu conteúdo esta opção é mantida, com ocorrência em 95% deles.

Ao abrir a sua publicação para comentários, o desenhista expõe a sua obra a diversas críticas e sugestões, listadas em seu próprio blog. Assim, ele possui um retorno quase que imediato de suas criações e sem um filtro, tendo em vista a facilidade e o anonimato em fazer este tipo de comentário.

Alguns espaços para comentários viram verdadeiros fóruns de debates em relação à temática das tirinhas. Quanto mais polêmica a publicação for, mais comentários ela ganha.

## Links para redes sociais (questão de múltipla escolha)

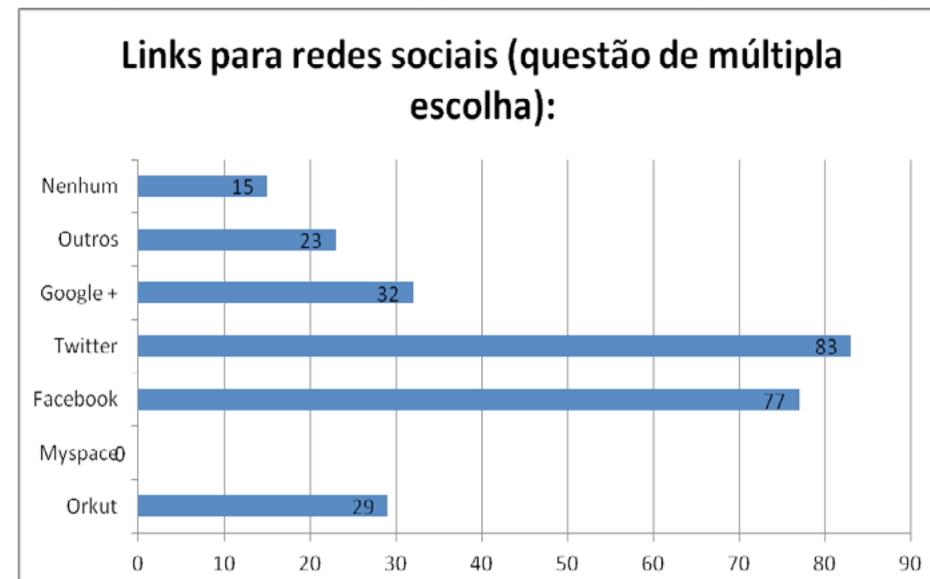


Gráfico 14: Links para redes sociais (questão de múltipla escolha)

Apenas 15 blogs não apresentaram nenhum link para as principais redes sociais. Já o Twitter representa a maioria das ocorrências, com 83 dos 104 blogs apresentando links para as contas pessoais dos seus produtores. Este microblog<sup>24</sup> é a principal forma de divulgação de sua produção e conta, muitas vezes, com mais seguidores do que com acessos ao próprio blog.

Podemos perceber também que o Facebook supera em 48 ocorrências o número de links para o Orkut. Até mesmo o Google +, que é uma rede social de criação

<sup>24</sup> O Twitter recebe a definição de microblog por apresentar características semelhantes aos blogs, mas comportar postagens de apenas 140 caracteres.

recente apresenta 3 ocorrências a mais que ele. O crescimento do número do Facebook dar-se-á principalmente pelo fato deste integrar um modo de publicação que favorece a postagem de tirinhas no perfil do blogueiro.

#### RSS/FEED

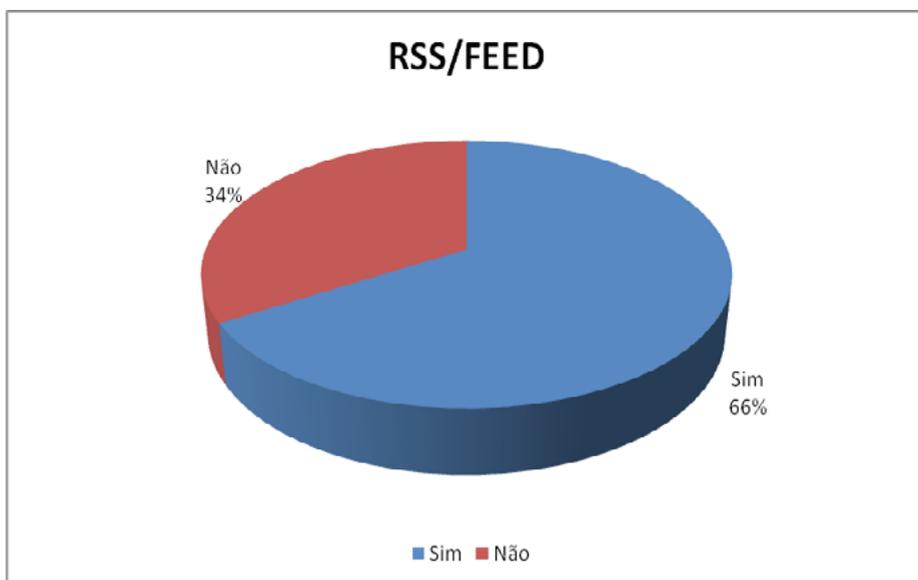


Gráfico 15: RSS/FEED

A opção de receber as postagens dos blogs por e-mail, conhecido pelo recurso RSS/FEED ocorre em 66% do *corpus*. Esta opção não é completamente adotada pelos blogueiros por muitas vezes não funcionar corretamente, principalmente em sites gratuitos ou servidores pagos, que não permitem o envio.

O sistema RSS/FEED também reduz o acesso ao blog e, conseqüentemente, a exposição a anúncios publi-

citários apresentados no corpo do blog. Tanto que estes preferem divulgar mensagens publicitárias no espaço disponível para o conteúdo, com postagens patrocinadas.

#### Links para outros Blogs (Parceiros)



Gráfico 16: Links para outros Blogs (Parceiros):

Os links disponibilizados para blogs conhecidos como parceiros é ocorrência em 82% das páginas analisadas. O sistema de parceria incentiva o acesso aos blogs de conteúdo próximo ou complementar, assim como o compartilhamento de conteúdo.

As parcerias criam o que o blogueiros chama da *blogosfera* brasileira, tendo em vista que alguns destes sites divulgam mais de 20 blogs diferentes. Os parceiros, muitas vezes só se conhecem no ambiente virtual, mas brincam

uns com os outros com grande intimidade, tendo em vista o tipo de perfil do blog e das postagens contidas neles.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As tirinhas são um gênero jornalístico opinativo consolidado dentro das páginas de jornal e revistas, principalmente devido ao seu caráter crítico e metafórico. Com o surgimento das novas tecnologias, não só a tirinha, mas diversos outros gêneros tiveram que se adaptar para acompanhar a rápida evolução das mídias digitais, encontrando formas de produção e veiculação diferenciadas.

Durante quase um século, como vimos neste estudo, as tirinhas eram presença exclusiva dentro dos jornais e revistas, com publicações diárias em seu formato clássico e ampliadas nas páginas de domingo. Mas, esta hegemonia vem se modificando, permitindo levar as tirinhas para a web, com espaço certo para veiculação, principalmente dentro dos blogs.

A convergência está longe de um fim. Cada dia, surgem novas formas de se comunicar na web, com novos níveis de interação e modelos de negócios, com os consumidores cada vez menos passivos e extremamente barulhentos, exigindo a sua participação nesta cultura da convergência. Como Jenkins (2008) define, chegamos à era dos usuários, com produtores culturais cada vez

mais descentralizados em relação aos grandes meios de comunicação, interessados não apenas em assistir, mas em participar e compartilhar. Uma verdadeira mudança no modo como consumimos os meios de comunicação.

As possibilidades apresentadas pelas tecnologias atuais estão reduzindo o custo de produção e de distribuição, possibilitando que novos produtores surjam, procurando uma melhor forma de expor suas ideias. E com a produção ao alcance de todos, quem é que não vai querer produzir também? O que ocorre na atualidade é uma valorização das boas ideias, possibilitando que estruturas simples, mas bastante criativas, tenham sucesso dentro da internet. As tirinhas e os seus produtores estão se aproveitando muito bem das possibilidades proporcionadas por estas novas tecnologias e se firmando como uma forma de expressão típica das mídias digitais.

O teor crítico e metafórico das tirinhas não está perdendo espaço com estas novas produções. Elas não deixaram de ser uma representação do cotidiano e são consideradas, assim como produtos midiáticos, uma forma de democratizar a comunicação e exercer o direito de livre expressão.

A nomenclatura de “tirinhas digitais”, para aquelas produzidas exclusivamente para a web, e “tirinhas online”, para aquelas produzidas no papel e publicadas na internet, ainda é um batismo provisório e um estudo mais aprofundado sobre este gênero secundário das tirinhas é considerado de suma importância nos estudos dos quadri-

nhos e das mídias digitais.

Contudo, a nomenclatura mais comum deste gênero dentro dos blogs ainda é o de tirinhas e acredito que dificilmente uma nova nomenclatura irá surgir. O que propomos aqui é uma diferenciação de gênero, tendo em vista as características diferentes, se comparamos a publicação do meio impresso com o digital.

Ao observarmos o levantamento realizado em 104 blogs, percebemos que o número daqueles com produção de tirinhas tem crescido nos últimos anos, acompanhando o próprio crescimento da blogosfera. Neste levantamento, percebemos o quanto estas produções são diversificadas, descentralizados e com muitos aspectos pertinentes da internet ainda para serem explorados.

O baixo número de recursos multimidiáticos talvez seja o dado que mais chame atenção neste levantamento preliminar, já que a interatividade, a animação e outros recursos são características que fazem das produções veiculadas na internet diferentes dos originais publicados em papel.

O uso dos memes tem modificado o processo de criação das tirinhas. Os seus personagens agora são compartilhados entre os blogueiros, que aproveitam o desenho para criar novas histórias, que dependem muito da sua contextualização. Para usuários desavisados, algumas tirinhas digitais não fazem o menor sentido, tendo em vista a necessidade que ela possui de um conhecimento prévio em relação aos memes.

A produção de tirinhas não está mais privilegiada

nas mãos de poucos. As ferramentas de criação e veiculação das tirinhas proporcionam ao usuário criar uma forma de arte sequencial sem precisar saber desenhar ou dominar os programas complexos de edição de imagem. Basta apenas que se tenha uma boa ideia.

O processo de criação na web tornou-se mais divertido e significativo. Estamos descobrindo novas estruturas de narrativas, aproveitando as lacunas deixadas pela indústria de produção de conteúdo. A internet é um lugar de experimentação e inovação, um espaço criado pelos próprios usuários e as tirinhas são o exemplo dessas novas possibilidades de criação e veiculação nas mídias digitais.

## REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- CAMPOS, Maria Luiza de Sabóia. **Publicidade**: responsabilidade civil perante o consumidor. São Paulo: Cultural Paulista, 1996.
- CORREIA, João Carlos. **A teoria da comunicação de Alfred Schutz**. Lisboa, Portugal: Livros Horizontes, 2005
- DALACORTE, Maria Cristina Faria. **Metáfora e Contexto**. In: PAIVA, Vera Lúcia Menezes de Oliveira e, (organizadora) et al. **Metáforas do cotidiano**. Belo Horizonte : Ed. do Autor, 1998.
- FRANCO, E. S. **HQtrônicas**: do suporte papel à rede internet. São Paulo: Annablume, 2004.
- FONSECA JUNIOR, Wilson Corrêa da. **Análise de Conteúdo**. In: DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**; tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.
- LAKOFF, G. & JOHNSON, M. **Metaphors we live by**. Chicago: The University of Chicago Presse, 1980.
- \_\_\_\_\_. **Metáforas da vida cotidiana**. Coordenação da tradução Maria Sophia Zanotto. Campinas, SP: Mercado de Letras; São Paulo: Educ, 2002.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 9. ed. São Paulo: Editora 34, 2000a.

\_\_\_\_\_. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2000b.

MAGALHÃES, Henrique. **Humor em pílulas**: a força criativa das tiras brasileiras. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2006.

MARNY, Jacques. **Sociologia das histórias aos quadrinhos**. Porto: Livraria Civilização Editora, 1970.

McCLOUD, Scott. **Desvendando os quadrinhos**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda, 2005.

\_\_\_\_\_. **Reinventando os quadrinhos**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda, 2006.

NICOLAU, Marcos. **Tirinha**: a síntese criativa de um gênero jornalístico. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2007.

OLIVEIRA, Ricardo. **Blogs**: cultura convergente e participativa. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2010.

PATATI, Carlos e BRAGA, Flávio. **Almanaque dos quadrinhos**: 100 anos de uma mídia popular. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PEREIRA, Wellington. **Crônica**: a arte do útil e do fútil. Salvador: Calandra, 2004.

SANTAELLA, Lucia. A crítica das mídias na entrada do século 21. In: PRADO, José Luiz Aidar (Org.). **Crítica das práticas midiáticas**: da sociedade de massa às Ciberculturas. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

VERGUEIRO, Waldomiro de Castro Santos; SANTOS, Roberto Elísio. Para uma metodologia em história em história em quadrinhos. IN: BRAGA, José Luiz. LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. MARTINHO, Luiz Claudio. **Pesquisa empírica em comunicação**. São Paulo: Compós/Paulus, 2010.

WATTERSON, Bill. **O mundo é mágico**: as aventuras de Calvin & Haroldo. Tradução de Luciano Vieira Machado. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2007.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

## O AUTOR

Vítor Nicolau é um apaixonado por tirinhas e quadri-  
nhos, tanto que decidiu ser mestre em Comunicação pelo  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB  
(2011) estudando este gênero em conjunto com outra  
paixão: as mídias digitais. Vitor é graduado em Comu-  
nicação Social: Jornalismo pela Universidade Federal da  
Paraíba (2008) e em Comunicação Social: Publicidade e  
Propaganda pelo Instituto de Educação Superior da Paraí-  
ba (2008), concentrando a sua atuação nas áreas de Im-  
agens Digitais, Semiótica e Metáforas, aplicando os seus  
estudos em trabalhos voltados para a Comunicação e De-  
sign, com ênfase em Jornalismo, Editoração, Publicidade  
& Propaganda e Fotografia.