

**Anais do 6º Interprogramas de Mestrado
da Faculdade Cásper Líbero
(São Paulo, SP, 5 e 6 de novembro de 2010)
ISSN: 2176-4476**

Texto original como enviado pelo/a autor/a

**TIRINHAS NO CIBERESPAÇO:
de como esse gênero está se reconfigurando no espaço dos blogs**

Vítor Nicolau¹

Resumo

A tirinha é um gênero jornalístico opinativo consolidado dentro das páginas de jornal. Contudo, a web tornou-se um novo espaço de criação e veiculação deste gênero, forçando-o a se reconfigurar à evolução das mídias digitais. As tirinhas encontraram nos blogs um espaço bem apropriado, principalmente por permitir que se exerçam atividades opinativas. Através de uma Análise de Conteúdo, este estudo objetiva analisar como as tirinhas estão se reconfigurando na web, identificando quais tipos de elementos dos conceitos de Webcomics, proposto por Scott McCloud e de HQtrônicas, por Edgar Franco, estão sendo utilizados durante as produções.

Palavras-chave: Tirinhas. Webcomics. HQtrônicas. Blogs. Convergência

Introdução

O advento das novas tecnologias permitiu que vários gêneros midiáticos e os seus públicos migrassem para a internet, procurando formas de interação e participação no processo de produção de conteúdo. Surgiu então o conceito de cultura da convergência de Jenkins (2008), explorando as possibilidades de confluência de dispositivos midiáticos e de

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB. E-mail: vitorfnicolau@gmail.com

produção de conteúdo, como uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas formas de se comunicar.

Neste contexto das novas mídias, as tirinhas surgiram como um meio de expressão moderno e atrativo. Um gênero que habitava os jornais há mais de cem anos, mas com perspectivas renovadas dentro da web. Cada vez mais as tirinhas estão conquistando espaços nos blogs, consolidando também este gênero dentro das mídias digitais e o objetivo deste trabalho é realizar um levantamento dos blogs que são exclusivamente relativos às tirinhas ou que trazem este gênero de maneira periódica em algumas de suas postagens.

Este trabalho está dividido em três partes. Na primeira discutiremos sobre as mídias digitais e as suas possibilidades de interação com o usuário, passeando por autores como Henry Jenkins (2008), Jonh B. Thompson (2008), Lucia Santaella (2002), entre outros. Na segunda parte, abordaremos as tirinhas como gênero jornalístico opinativo, na ótica de autores como Marcos Nicolau (2007) e Henrique Magalhães (2006), mostrando as novas possibilidades de criação e veiculação de tirinhas nas mídias digitais. E na terceira parte, apresentaremos os resultados do levantamento baseado na metodologia de análise de conteúdo.

1. As mídias digitais e a era do usuário

Estamos vivendo aquele 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 interagindo 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 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.

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.

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: 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.

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.

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.

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: 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.

Wolton (2004), apesar de considerar que o fim das distâncias físicas pode mostrar como é extensa 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.

2. As tirinhas e as mídias digitais

2.1. O que é uma tirinha

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, 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.

Suas características básicas são definidas por Nicolau (2007), na obra *Tirinha*, 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: 25)

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, como no exemplo da tirinha abaixo, com os personagens Calvin e Haroldo, produzida por Bill Watterson:



Figura1: Calvin e Haroldo, produzido Bill Watterson, são um exemplo de tirinha
Fonte: Watterson, 2007: 26

Magalhães (2006) afirma que, mesmo com a economia de espaço e tempo, o humor gráfico consegue captar a atenção do leitor, muitas vezes a partir da proposta mordaz, irônica e com pluralidade de sentidos.

A agilidade e imediatismo da tirinha 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.

2.2. Consolidação das tirinhas nos jornais como um gênero jornalístico

As tirinhas habitam as páginas de jornal e folhetins do mundo há mais de 100 anos, mas foi apenas a partir da década de 1970 no Brasil que 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 ela é reconhecida como um gênero jornalístico opinativo.

Hoje, deparamo-nos com um grande número de gêneros que ainda está para ser devidamente estudado, 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 serem 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 foi feita, 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 divisão 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: 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.

2.3. As tirinhas na Web 2.0

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, onde podemos encontrar os principais elementos agregados à linguagem dos quadrinhos clássicos, produzidos para serem veiculados em suporte de papel, nas mídias digitais, mas alguns deles 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.

3. Levantamento das tirinhas no ciberespaço

Este estudo tem como principal objetivo 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 Junior (2009). Contudo, o trabalho apresentado aqui está longe de uma análise completa, tendo em vista o grande número de blogs 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 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 utilizada na pesquisa de Tirinhas na Web, com o principal objetivo de mapear as produções, que tipo de criação é mais freqüente, a periodicidade da publicação, se há uma quantidade relevante de recursos multimidiáticos disponíveis, ou até a localização regional das produções e identificação dos criadores.

Foram analisados 40 blogs que apresentavam tirinhas em suas publicações. Sabemos que 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 preliminar e que servirá como base para outras análises mais profundas e localizadas em determinados aspectos. Disponibilizaremos agora alguns dos resultados desta pesquisa relevantes a temática deste artigo:

Verificamos que 48% dos blogs analisados apresentam domínio e hospedagem próprios, contra 31% de gratuitos e 21% de patrocinados por empresas de tecnologia e comunicação, o que demonstra a profissionalização no processo de divulgação, com o controle total do autor em relação à publicação.

Em relação ao conteúdo, ainda prevalece a publicação mista, com 56% dos blogs apresentando tanto tirinhas como outros conteúdos e 44% apenas com tirinhas. Mas a criação de novas tirinhas prevalece, com 64% dos blogs publicando tirinhas inéditas periodicamente, contra 18% de tirinhas já publicadas e 18% de tirinhas inéditas e já publicadas por outros blogs.

O formato clássico da tirinha perdeu espaço nos blogs, com apenas 33% das páginas na web com tirinhas no seu formato original. 54% deles publicam agora formatos variados do padrão, que seguem como base a estrutura de três ou quatro quadros, mas com disposições diferentes e ajustadas a rolagem da página durante a navegação. Apenas 13% procuraram formatos novos, chamando suas publicações de tirinhas mas sem seguir a estrutura padrão.

O estilo que prevalece ainda é das tirinhas desenhadas, com 74% dos blogs com publicações deste tipo. Contudo, chamam atenção as publicações que utilizam imagens da internet, com 26% dos blogs analisados publicando tirinhas que alternam entre imagem e desenho.

A ausência de recursos multimidiáticos nas tirinhas é uma das constatações mais relevantes desta pesquisa. 90% dos blogs não apresentam tirinhas com recursos, 8% trazem animações, 3% hiperlinks e 3% resultado interativo.

Quanto ao texto dos balões e as legendas das tirinhas, prevalece o texto escrito, com 67% dos casos. Adaptações que utilizam uma linguagem mais comum a escrita na internet, com abreviações e emoticons compreendem 31% dos blogs e tirinhas sem texto nenhum formam 3%.

Blogs que não apresentam nenhum tipo de publicidade ainda são maioria dentre os analisados. Eles formam 49% do total, contra 38% que apresentam Banners, 33% com Buttons, 21% com publicidades inseridas na própria tirinha e 15% com postagens publicitárias. Esta questão foi formulada com múltiplas escolhas, já que um blog pode apresentar mais de uma forma de publicidade.

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 todos os outros gêneros tiveram que se adaptar para acompanhar a rápida evolução das mídias digitais, encontrando novas formas de produção e veiculação, nunca antes vistas e exploradas.

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 novas tecnologias 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 número de blogs com produção de tirinhas tem crescido nos últimos anos, acompanhando o próprio crescimento da Blogosfera. Neste levantamento percebemos o quanto que 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.

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 ter apenas 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 criação e veiculação nas mídias digitais.

Referências

FRANCO, E. S. **HQtrônicas**: do suporte papel à rede internet. São Paulo: Annablume, 2004.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**; tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

JUNIOR, Wilson Corrêa da Fonseca. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

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

McCLOUD, Scott. **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.

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

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.

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.