

## MALEABILIDADE DE FORMATOS: COMO AS TIRAS CÔMICAS SE ADAPTARAM ÀS DEMANDAS DAS REDES SOCIAIS

### MALEABILITY ON CONFIGURATION: HOW COMIC STRIPS ADAPTED THEMSELVES TO SOCIAL NETWORKS DEMANDS

Diego Figueira (IFSP Campinas)<sup>1</sup>  
Paulo Ramos (Unifesp)<sup>2</sup>

**Resumo:** Este artigo analisa o modo como as tiras cômicas tiveram seu formato modificado para serem veiculadas em redes sociais. O estudo trabalha com duas hipóteses: 1) as mudanças não alteraram as marcas do gênero, marcado pela produção de sentido humorístico; 2) as alterações nos moldes de composição das histórias são respostas a imposições das plataformas digitais para o modo como o conteúdo deve ser colocado no ar. A análise toma como base exemplos de séries produzidas por desenhistas brasileiros. O escopo teórico aciona trabalhos sobre as características das tiras cômicas e a circulação delas em ambientes digitais, bem como abordagens sobre as características das redes sociais. Os resultados finais confirmam as duas hipóteses defendidas.

**Palavras-chave:** tiras cômicas; histórias em quadrinhos; formato; redes sociais.

**Abstract:** This article analyzes how comic strips have their configuration modified when broadcast on social networks. The study works with two hypotheses: 1) the changes do not alter the marks of the genre, marked by the production of a humorous sense; 2) changes in story composition molds are responses to digital platform impositions on how content should be aired. The analysis is based on examples of series produced by Brazilian cartoonists. The theoretical scope triggers works on comic strips and their circulation in digital environments, as well as approaches on the characteristics of social networks. The final results confirm the two defended hypotheses.

**Keywords:** comic strips; comics; configuration; social network.

#### Considerações iniciais

A tira cômica, também chamada de tira, tirinha, tira em quadrinhos e outros tantos termos correlatos, é uma das mais conhecidas formas de histórias em quadrinhos e gozou de bastante popularidade desde que passou a ganhar espaço nos jornais impressos a partir dos anos finais do século XIX. Se, por um lado, a mídia impressa perdeu grande parte de seu público nas últimas décadas, e isso levou os jornais a reduzirem consideravelmente o espaço dedicado aos quadrinhos<sup>3</sup>, por outro, as mídias digitais se mostraram, desde o seu início, um fértil campo de possibilidades para autores de quadrinhos e artistas do humor gráfico em geral.

---

<sup>1</sup> Mestre em Linguística. Docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo. E-mail: dgfigueira@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0001-7203>

<sup>2</sup> Doutor em Filologia e Língua Portuguesa. Docente do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de São Paulo. E-mail: [contatopauloramos@gmail.com](mailto:contatopauloramos@gmail.com). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9348-4176>

<sup>3</sup> Sobre o assunto, pode ser consultado artigo de Ramos (2015). O autor demonstra que, da década de 1960 aos primeiros anos deste século, houve uma sensível redução no número de tiras nos principais jornais impressos brasileiros.

Em tempos mais recentes, as redes sociais, tais como o Facebook e o Instagram, passaram a abrigar uma imensa produção de textos multimodais que compartilham características composicionais com as histórias em quadrinhos. Nessa proliferação de textos, misturam-se tiras, charges e cartuns com outras formas mais novas surgidas no interior dessas mídias, quase todas conhecidas sob o rótulo de “meme”.

O que se pode afirmar com segurança é que grande parte do conteúdo que um usuário qualquer de redes sociais consome diariamente é composto por textos multimodais (com ou sem elementos típicos da linguagem das histórias em quadrinhos) que têm como finalidade entreter por meio do humor. Analisar as formas como esses textos têm sido postos em circulação, sobretudo em anos mais recentes, nos permite identificar como um hábito que se tornou tão comum no cotidiano ocidental por meio dos jornais impressos do século XX transformou-se com a chegada das tecnologias digitais e da facilitação no acesso a elas.

Estão incluídas nesse processo as tiras cômicas, que têm no humor um dos elementos constituintes do gênero. Serão elas o foco da discussão apresentada neste artigo. A proposta é olhar criticamente algumas dessas transformações percebidas no processo de composição e circulação de tiras brasileiras nesta década de 2020, aspectos que impactaram na maneira como esse texto humorístico era exposto até então. O principal interesse é analisar as mudanças no formato das produções.

O estudo trabalha com duas hipóteses. A primeira é que as alterações no molde de veiculação das histórias não modificam a proposta humorística das histórias, marca nuclear do gênero tira cômica, postura já defendida anteriormente por Ramos (2014) e reiterada aqui. A segunda hipótese é que as modificações nos formatos da tira obedecem e são respostas a imposições colocadas pelas plataformas digitais para veiculação do material gráfico.

Os exemplos que irão compor a análise foram selecionados das redes sociais Facebook e Instagram. Adotaram-se como critérios de seleção casos que ajudassem a expor os aspectos elencados, que fossem contemporâneos ao momento de escrita deste artigo e que fossem produzidos por quadrinistas brasileiros. Todos os casos são produções criadas por quadrinistas brasileiros. No escopo teórico, a abordagem é pautada em estudos linguísticos sobre as características das tiras e do humor produzido por elas, bem como em pesquisas que observaram aspectos das redes sociais e em peculiaridades dos quadrinhos nos ambientes digitais.

## 1 Tiras e seus formatos

Foram os jornais impressos norte-americanos que moldaram o modo de composição das tiras ao longo do século 20<sup>4</sup>. Os quadrinhos tiveram de se enquadrar ao processo de produção, publicação e comercialização das histórias. Do ponto de vista da imprensa, o interesse era criar um espaço fixo e regular na página (em mais de uma, a depender do diário), de modo a facilitar a diagramação. Para que isso fosse possível, o tamanho das histórias teve de ser padronizado. Bastava receber a narrativa e inseri-la no espaço fixo a ela reservado. Consolidou-se, assim, o formato horizontal e retangular das tiras (equivalente a pares de colunas da página do jornal).

Tanto quem criava e vendia quanto quem editava passaram a se pautar nesse molde regular para as edições da semana (aos domingos, permitiam-se outros formatos, maiores e diferenciados). O mecanismo de produção comercial viabilizava também um aumento nos ganhos para os autores e os distribuidores. Como se tratava de dimensões fixas e compartilhadas por jornais de todo o país, uma mesma tira poderia ser comercializada simultaneamente para mais de um diário. Ganhava-se mais a partir de uma mesma história.

---

<sup>4</sup> A exposição sobre o processo de consolidação das tiras nos jornais norte-americanos toma como base os trabalhos de Horn (1996), Harvey (2009) e Guiral (2012).

Essa regularidade das produções e de seu processo de criação consolidou inicialmente três gêneros: as tiras cômicas, as seriadas ou de aventura e as cômicas seriadas. Segundo Ramos (2011, 2017), as primeiras se assemelham a uma piada. Elas criam uma situação inesperada no final, que leva ao humor. As de aventura, de acordo com o autor, constroem uma narrativa maior, dividida em capítulos. Cada tira traz uma parte da história, com um gancho para a continuação a ser lida no dia seguinte. As cômicas seriadas seriam uma mescla das duas anteriores: são divididas em capítulos de uma narrativa maior e cada tira termina com uma situação humorística.

Esse modelo imperou nos jornais norte-americanos durante todo o século 20 e foi exportado para outros países, Brasil inclusive. Os diários da imprensa brasileira reproduziram à risca não só o formato padrão norte-americano como também muito do conteúdo importado de lá (séries como Fantasma, Mandrake, Hagar, Calvin e Haroldo, Garfield, Snoopy e tantas outras foram publicadas por décadas; parte delas ainda é). Ao longo dos anos, produções nacionais passaram a dividir espaço com as vindas de fora. Houve por parte dos quadrinistas brasileiros um nítido interesse pelas tiras cômicas, comportamento que perdurou neste século 21. Foram e são as que imperam nos jornais (cf. RAMOS, 2015), comportamento que foi replicado na inserção delas nos ambientes digitais.

As tiras, portanto, se tornaram um lócus próprio para a produção de histórias em quadrinhos tendencialmente curtas, dada a imposição de seu formato. O que mais se popularizou foi o retangular e horizontal. Uma constatação disso pode ser medida pelos dicionários brasileiros. A tira é definida como “segmento ou fragmento de história em quadrinhos, geralmente com três ou quatro quadros, e apresentado em jornais ou revistas numa só faixa horizontal” (HOUAISS, 2001, p. 2.723). Ramos (2017) pondera que se trata de uma definição desatualizada e que carece de revisão. O que se vê contemporaneamente na internet evidencia um alargamento desses formatos e uma regularidade menor de apenas um molde.

Cabe registrar que variações nesse molde em relação ao convencional (linear, horizontal, com três ou quatro quadrinhos) não são uma novidade introduzida pelo uso da internet. Ramos (2014) apresenta um panorama do que chama de “pontos de fuga do formato”, elencando alguns exemplos conhecidos há bastante tempo nos jornais e revistas em quadrinhos brasileiros antes de apontar algumas soluções observadas no meio digital na época. Nos jornais impressos, havia tiras que ocupavam o dobro do espaço linear habitual, embora em menor número. Só no jornal “Folha de S.Paulo”, esse formato foi utilizado por artistas como Angeli, Laerte, Glauco e os irmãos Fábio Moon e Gabriel Bá com vários personagens e séries publicadas em diferentes cadernos do diário paulista.

Já nas revistas, podem-se mencionar as tiras verticais tradicionalmente expostas na última página de publicações infantis, como as da Turma da Mônica, de Mauricio de Sousa. Essas tiras dividem espaço com o expediente da publicação, que também conta com uma disposição em formato vertical. Assim, a página acaba dividida verticalmente entre a tira e o expediente, adicionando um último elemento de conteúdo humorístico à edição justamente em um espaço que, de outra forma, traria apenas informações de ordens técnica e editorial e inerentes à publicação.

Também há casos em que tiras originalmente publicadas em jornais (e, nas duas últimas décadas, na internet) são republicadas como coletâneas em revistas em quadrinhos ou livros e têm seu formato modificado para se enquadrar melhor às dimensões físicas da página. Um molde inicialmente horizontal e retangular, com quatro quadrinhos, pode ser ajustado para o formato quadrado, com duas linhas, cada uma delas com dois quadros, ou até mesmo segmentado, de modo que as cenas ocupem diferentes posições da página, a depender do projeto gráfico pretendido.

Ramos (2014) ressalta um ponto importante sobre essa pluralidade de formatos: em todos os casos de mudanças nas dimensões das tiras cômicas, são mantidas as características essenciais desse gênero (produção de uma narrativa tendencialmente curta, com desfecho inesperado, que leva ao efeito de humor). No que se refere especificamente às mídias digitais, o autor defende que

a mudança de suporte não faz com que a história deixe de funcionar como tira cômica, gênero que aponta como predominante no espaço virtual.

O autor propõe, no entanto, que é necessária uma releitura de como a tira é tradicionalmente vista, como sendo uma produção necessariamente horizontal e retangular. Ramos (2017) sugere uma proposta de categorização dos formatos utilizados, tomando como base a realidade do gênero nos ambientes digitais contemporâneos. No entender do pesquisador, as tiras poderiam ser agrupadas de seis maneiras:

- i) tradicionais ou somente tiras (equivalente ao formato retangular popularizado pelos jornais impressos, podendo ser veiculadas na horizontal, o mais comum, ou na vertical);
- ii) duplas ou de dois andares (equivalente ao tamanho de duas tiras tradicionais, veiculadas tanto com molde retangular quanto quadrado);
- iii) triplas ou de três andares (equivalente a três tiras tradicionais);
- iv) longas (formatos maiores que o de três tiras tradicionais e compreendidas como tiras tanto por quem produz quanto por quem lê);
- v) adaptadas (formatos variados de uma produção previamente produzida e modificada a partir dela);
- vi) experimentais (mais raras, são produzidas conforme o interesse do autor).

A ampliação no uso de formatos diferentes, e a conseqüente percepção sobre a presença deles, acompanharam as mudanças pelas quais as tiras passaram ao serem veiculadas nos ambientes digitais. Franco (2013) divide a publicação de histórias em quadrinhos na internet brasileira em três gerações. Segundo o autor, a primeira durou de 1991 a 2001 e foi caracterizada pelo experimentalismo dos trabalhos, sobretudo no uso de recursos hipermidiáticos e pela conectividade limitada dos equipamentos da época. A segunda durou de 2001 a 2006 e foi toda baseada no uso do formato de arquivo Flash, da desenvolvedora Adobe, que permitia incorporar de maneira mais prática efeitos de áudio e vídeo, que tornavam os quadrinhos mais próximos da animação. A terceira geração teria início em 2006 e iria até o presente e seria marcada pelo fim de muitos sites de quadrinhos digitais das gerações anteriores, com seus autores se dividindo entre aqueles que seguiriam no ramo da animação digital, que se renovava com novos recursos tecnológicos digitais, e aqueles que retomariam formas mais tradicionais de se fazer quadrinhos, tiras entre elas, e usariam a internet como espaço de divulgação. Essa retomada teria posto em segundo plano algumas das inovações surgidas nas produções das duas gerações iniciais, nomeadas por Franco (2013) de “HQtrônicas”.

Para o autor, seriam estas as características das “HQtrônicas”, especialmente daquelas que apostavam mais nos recursos hipermidiáticos: interatividade, animação (2D e 3D), diagramação dinâmica (fazendo com que elementos da página se movam, como a simulação de uma virada de página), trilha sonora (música de fundo), efeitos sonoros (uma espécie de transposição das onomatopeias comuns nos quadrinhos impressos), tela infinita (em que a barra de rolagem do navegador de internet elimina o efeito da virada de página e a conseqüente divisão da narrativa imposta por essa limitação do suporte) e narrativa multilinear (histórias com “bifurcações” no meio do caminho e possibilidade de acessar hiperlinks a partir da história).

De um ponto de vista semelhante, Mendo (2008) propõe uma escala de adaptações de formato em histórias em quadrinhos (não apenas tiras) publicadas no meio digital:

- i) reprodução da história em quadrinhos impressa sem adaptação;
- ii) reprodução da história impressa com adaptações ao formato da tela;

- iii) uso com interface característica dos meios digitais (como botões para troca de páginas, ampliação de imagens etc);
- iv) uso moderado de recursos multimídia e interatividade (como recursos sonoros e animações);
- v) uso avançado de animação, som e interatividade, aproximando o resultado de um desenho animado com a presença de elementos tipicamente associados aos quadrinhos, como o balão e o requadro.

No que se refere especificamente às tiras cômicas, é possível observar nos últimos anos uma migração quase absoluta dos sites e blogs para plataformas como Facebook e Instagram, focos de análise deste artigo. Recuero, Bastos e Zago (2018, p. 23) fazem uma pertinente distinção entre o que sejam redes sociais e sites de redes sociais. As primeiras são os modos como os seres efetivamente se agrupam e se relacionam em sociedade. O segundo caso “são traduções das redes sociais nos espaços off-line dos indivíduos, de suas conexões sociais” (RECUERO, BASTOS, ZAGO, 2018, p. 23).

Para os autores, haveria duas diferenças nos ambientes digitais: a presença de rastros dos contatos feitos (tornados públicos e arquivados) e a forma como os seres se representam nesses espaços. Isso não significa que não sejam estabelecidas novas dinâmicas nesses ambientes. Por meio da criação de perfis, criam-se conexões públicas e restritas com outros seres e se tem acesso a um rol amplo de conteúdo produzido por si próprio e, principalmente, por outros usuários. Ainda que se concorde com a distinção entre redes sociais e sites de redes sociais, a expressão – redes sociais – será usada aqui somente para se referir ao seu contexto digital.

Recuero (2009), em publicação anterior sobre o assunto, destaca a presença de atores (os seres ou grupos que se utilizam das redes sociais digitais) e as conexões, os laços estabelecidos entre eles como dois dos elementos centrais dessa forma de interação. É por meio desses dois aspectos que os sujeitos consolidam seu capital social, entendido como “um valor constituído a partir das interações entre os atores sociais” (RECUERO, 2009, p. 45).

Essas características, os dois pontos abordados, ajudariam a explicar a presença das tiras cômicas nas redes sociais. Estas permitiram aos desenhistas ampliar seu capital social e conseguir: uma grande penetração em públicos bastante diversificados; a relativa facilidade de se gerenciar um perfil desse tipo em comparação com um site ou blog; a possibilidade de divulgar-se e interagir com o público pela própria plataforma; a divulgação bastante espontânea feita por terceiros que torna visível o conteúdo em si e não um hiperlink que redireciona o destinatário para uma nova página e depende de um mínimo de ação deste para ser visualizado.

Também se observa, conforme já apontado por Franco (2013) e Ramos (2014), o abandono quase total de recursos multimídia na produção de tiras. Embora o emprego de ferramentas digitais de desenho e edição de imagens seja muito comum, a proposta humorística delas quase não difere das publicadas nos suportes impressos. Ainda assim, é possível elencar algumas tendências quanto ao formato das tiras cômicas nas redes sociais. É o que será exposto a seguir.

## **2 Maleabilidade de formatos nas redes sociais**

As redes sociais permitiram que as tiras perdessem as amarras da rigidez do formato. Se, no impresso, em particular nos jornais, elas precisavam ter dimensões fixas para permitir a diagramação diária da página e a comercialização das produções, nos ambientes digitais os moldes puderam ser modificados conforme o interesse do autor da história. Caso a narrativa precisasse de mais quadros, de modo a ficar um pouco mais extensa, bastava alargar a tira. Pondo em outros termos: a tendência passou a ser a de variação dos formatos, e não da padronização de apenas um

deles. O resultado é próximo à proposta de agrupamento feita por Ramos (2017), apresentada no item anterior.

Ter maleabilidade nas dimensões da tira cômica, no entanto, é diferente de precisar adequar o molde aos recursos de publicação impostos pelas redes sociais. Primeiramente, cabe destacar que é possível a publicação da tira no formato convencional, horizontal e linear, como uma única imagem. Porém, a tira aparece diminuída, uma vez que o espaço de visualização de imagens é quadrado no Instagram e retangular no Facebook. Ela é ajustada ao limite do espaço disponível, deixando áreas vazias na lateral e nas partes superior e inferior.

Muitas vezes, é necessária uma ação do usuário leitor para ampliar a imagem e, assim, poder ler devidamente a tira, sobretudo seu conteúdo verbal. A depender do tipo de dispositivo em que o usuário acessa (pela tela de computador, de smartphone ou de tablet), essa diminuição de tamanho da tira pode ser maior, podendo fazer com que o leitor não consiga visualizar o conteúdo. Se, por um lado, esse formato preserva mais nitidamente o molde tradicional da tira, que lhe permite ser mais facilmente reconhecida como tal, por outro, pode comprometer a sua leitura.

O exemplo mostrado a seguir ilustra esses dois aspectos:

**Figura 1: Tira de Benett veiculada no Facebook**



**Fonte:** Benett (25 fev. 2023)

O exemplo foi veiculado no dia 25 de fevereiro de 2023 no perfil mantido pelo quadrinista Alberto Bennett no Facebook. O seu nome (perfil usado na rede) e a data de publicação constam no topo da postagem. As reações de quem leu, na parte inferior. A história, como se vê, foi produzida e exposta no formato horizontal e retangular. Percebe-se que o autor optou por manter uma cor preta na área externa à tira cômica para ocupar o espaço restante da postagem, que é fixo. A exposição dessa maneira diminui as dimensões da tira. Isso não impede a visualização dos desenhos, nem a leitura do conteúdo dos balões, desde que acompanhado pela tela de um computador ou de um notebook, suportes de onde a imagem foi acessada e reproduzida. Mas, mesmo assim, ficou dificultada a leitura da capa do livro exposto e do título dele, “Felicidade não se compra”, mostrado na cena inicial.

Essa dificuldade ficaria ainda mais acentuada se a história fosse acessada em um smartphone, cuja tela é significativamente menor. Haveria a possibilidade de o leitor clicar na imagem da postagem. Essa ação, que poderia ser feita em qualquer suporte, iria ampliar o tamanho do que é mostrado, no caso, a tira cômica, e ela iria ser exposta de forma um pouco maior. Presume-se que isso possa tornar mais acessível a visualização do que é mostrado e, por consequência, facilitar o contato com o conteúdo verbal ali exposto. Depreender as informações verbais e visuais é essencial para que se possa produzir o sentido humorístico, ancorado na impossibilidade de compra de um livro que tem como proposta defender a ideia de que a felicidade (que a própria obra indicaria) não poderia ser comprada.

Tal qual um processo evolutivo, em que adaptações são feitas para contornar novas demandas e necessidades surgidas, os autores de histórias em quadrinhos passaram a encontrar alternativas próprias para veicular as produções no espaço imposto por Facebook e Instagram. Uma primeira solução foi rearranjar os quadrinhos de uma tira no espaço destinado à postagem. A tira continuaria a ser mostrada em sua integridade, mas em uma nova disposição, que tornava cada quadrinho ligeiramente maior e mais legível.

No caso de tiras de três quadrinhos, adota-se uma disposição quase triangular, com os painéis dispostos em duas linhas. Seria um caso do que Ramos (2017) nomeou de tiras de dois andares ou duplas. A ordem de leitura se garante pela convencionalidade dessa forma de produção, ou seja, da esquerda para a direita, de cima para baixo. Assim, é possível encontrar casos com o primeiro quadrinho na linha superior e os outros dois na outra, bem como tiras com dois quadrinhos na primeira linha e a cena final sozinha na linha de baixo.

No caso de tiras com quatro quadrinhos, o espaço da postagem assume as características de uma página de quadrinhos de formato quadrado. Essa disposição visual tornou-se bastante comum com o passar do tempo, especialmente entre tiras que surgiram diretamente nas redes sociais e assemelha-se àquela já observada em charges e cartuns. O resultado final é uma tira de dois andares mais simétrica, já que há um paralelismo no número de quadros nas duas linhas da produção.

Os dois exemplos a seguir ilustram cada um dos casos, o de uma tira com três quadrinhos (com dois andares e em formato próximo ao triangular, mostrado na Figura 2) e o com quatro quadros (com dois andares e quadrado, visto na Figura 3). Os casos foram selecionados uma vez mais do perfil de Bennett no Facebook e, curiosamente, foram colocados no ar pelo autor no mesmo dia, 10 de fevereiro de 2023. Os moldes adotados em nada interferem na consolidação do sentido humorístico, revelado nas cenas finais.

Figura 2: Tira de Benett com três quadros distribuídos em duas linhas



Fonte: Benett (10 fev. 2023a)



Figura 3: Tira de Benett com quatro vinhetas distribuídas em duas linhas



Fonte: Benett (10 fev. 2023b)

### 3 Decomposição da tira no Instagram

Uma outra solução surgiu a partir de um recurso oferecido pelo Instagram a partir de 2017, chamado post sequência ou post carrossel. Essa funcionalidade passou a permitir que se publicassem até dez imagens numa mesma postagem. Embora para o usuário em geral essa possibilidade não representasse uma grande inovação em relação a outros sites do tipo, que permitiam que se criassem “álbuns de fotos”, a maneira como o Instagram disponibilizou esse recurso do ponto de vista do design tornou essa plataforma ainda mais favorável para a publicação de tiras cômicas.

O recurso permite que seja possível passar de uma imagem a outra desse carrossel, de forma bastante semelhante ao movimento de virar uma página de um livro. Desse modo, os cartunistas passaram a dividir (ou decompor) a tira em quadrinhos individuais, que ocupam totalmente o espaço de visualização na tela, otimizando o tamanho da imagem para o leitor. O ponto que favorece a veiculação das tiras é que o desfecho inesperado que leva ao humor, revelado em geral no último quadrinho, só é descoberto pelo leitor após passar necessariamente por todas as imagens da história, uma a uma.

Explicaremos melhor como isso se dá, tomando como base um exemplo da série “Will Tirando”, de Will Leite. As figuras 4 a 6 reproduzem o modo como uma das tiras cômicas criadas pelo cartunista foi veiculada no Instagram. Leite optou pelo uso do modo carrossel. Para isso, ele dividiu os três quadrinhos da história e inseriu cada um deles em uma tela de imagens da postagem. A primeira é a reproduzida a seguir:

Figura 4: Quadro inicial de tira de Will Leite veiculada no Instagram



Fonte: Leite (22. jan. 2023)

O leitor tem contato inicialmente apenas com essa cena, a primeira da tira. O próprio autor faz um destaque para indicar que a história continua, ao inserir uma seta no canto inferior direito da postagem (indicada na imagem com uma seta de cor verde). Para saber o restante, portanto, a pessoa que acessou o perfil do quadrinista no Instagram precisa necessariamente clicar (com mouse ou recurso equivalente) ou acionar com o dedo (em casos de tablets e smartphones) uma seta que aparece na lateral direita da tela (indicada na imagem com a seta de cor azul). Nesse caso, o recurso é próprio da rede social e integra o sistema do carrossel.

Na sequência, o leitor tem contato com o segundo quadrinho da tira (Figura 5) e, se acionar a seta uma vez mais, tem acesso ao terceiro e último (Figura 6). Só então é que a situação cômica é revelada a ele (no caso, o fato de o enlace de um casal ser validado não no casamento civil ou religioso, mas somente quando ambos expõem a informação em rede social, como fizeram no Facebook). Essa inversão de expectativa é o que leva ao humor. O leitor, reforça-se, só tem acesso ao final após clicar obrigatoriamente as cenas anteriores.

A título de registro: Will Leite, após a inclusão dos três quadrinhos, insere a história completa, formatada como tira dupla (Figura 7). Foi desse modo que ele publicou a história, um dia antes, em seu perfil do Facebook (LEITE, 21 jan. 2023). É um procedimento adotado por ele em outras tiras veiculadas nas duas redes sociais e compartilhado também por outros autores brasileiros de tiras.

Figuras 5 e 6: Segundo e terceiro quadros da tira cômica, revelados um a um ao leitor no Instagram



Fonte: Leite (22 jan. 2023)

Figura 7: Tira cômica completa, veiculada na cena final do carrossel do Instagram



Fonte: Leite (22 jan. 2023)

Há ao menos três implicações a serem destacadas desse método de veiculação por carrossel. Primeiro, demanda que o autor tenha de segmentar a narrativa nos diferentes quadros que a compõem, expondo um de cada vez, até o limite de dez imagens, quantidade imposta pela plataforma. Nessa dezena de imagens, cabe ao autor o que pode constar: quadrinhos de título ou

abertura; um último painel com informações sobre o autor e/ou a página que publicou a tira; pedidos para ações de valor no contexto das redes sociais (curtir e compartilhar o conteúdo, seguir a página etc); até mesmo uma versão completa da tira, como visto na Figura 7.

Em segundo lugar, como o desfecho na narrativa não é visto se o leitor não “deslizar” as imagens até lá, o caráter inesperado do final ganha novo fôlego nessa mídia. É algo que reforça ainda mais a marca central da tira cômica e a tendência de o desfecho humorístico ser revelado somente no final, no derradeiro quadrinho. Até então, o encerramento da narrativa fica “escondido” dos olhos do leitor.

Uma terceira implicação do formato carrossel tem a ver com algo muito valorizado nas redes sociais, o que se chama de “engajamento”. O termo refere-se à interação dos usuários da plataforma com o conteúdo publicado por outros atores (na acepção pensada por Recuero 2009) e funciona como uma métrica de audiência de uma conta. O engajamento é medido pela quantidade de curtidas, comentários, compartilhamentos e visualizações que uma postagem recebe<sup>5</sup> e, depreende-se, impacta no capital social do mantenedor do perfil. Esse é um importante indicador de sucesso no Instagram, pois reflete a relevância do conteúdo para o público-alvo e pode ajudar a aumentar o alcance e a visibilidade das publicações.

O caso de Will Leite comentado anteriormente ilustra um outro aspecto da circulação das tiras cômicas nos ambientes digitais: uma mesma história é veiculada em mais de uma rede social e seus formatos podem ser ajustados conforme as necessidades da plataforma onde a produção foi inserida. O dado a ser destacado é que esses formatos não precisam coincidir. Tomemos como exemplo a série “Sofia e Otto”, de Pedro Leite. As tiras com os personagens são publicadas simultaneamente no site oficial com o nome da série<sup>6</sup>, no Facebook<sup>7</sup> e no Instagram<sup>8</sup>.

No site, que não se limita à publicação das tiras, estas encontram-se sob o nome “Quadrinhos” no menu de seções, em um link que redireciona para um blog em que aparecem as expressões “Banco de Quadrinhos”, abaixo do nome dos personagens-título, e, na sequência, “Catálogo de tirinhas de Pedro Leite”. Lá se encontra a tira em seu formato convencional, linear (Figura 8). Ao se clicar com o botão direito do mouse sobre a imagem da tira, ela é ampliada, sobrepondo-se à página. São publicadas várias tiras por página, com numeração e título. Ainda no site, há links para as páginas no Instagram e no Facebook.

No perfil do Instagram, as tiras são decompostas para serem veiculadas na forma de carrossel, com cada quadrinho ocupando o espaço de uma imagem (primeira cena é a reproduzida na Figura 9). Após o último quadro da tira, há uma imagem da tira completa em formato quadrado (não mais retangular e horizontal, como no site, tal qual mostrado na Figura 10) e, por fim, uma imagem que convida o leitor a colaborar financeiramente com o autor por meio de uma plataforma on-line de financiamento. Foi veiculada no mesmo modo no Facebook (LEITE, 12 jan. 2023). Uma vez mais se destaca que, em termos de produção do sentido humorístico, as alterações não trouxeram impacto sobre esse aspecto.

---

<sup>5</sup> Desde 2016, o algoritmo do Instagram exhibe os posts de acordo com sua relevância, e não em ordem cronológica; quanto mais curtidas, comentários, compartilhamentos uma publicação tiver, mais ela é considerada relevante e distribuída para um número maior de usuários. Um estudo realizado pelas empresas Social Insider e Sked Social, noticiado pela revista “Época Negócios” em janeiro de 2022, indica que o recurso do carrossel leva a uma taxa de engajamento mais alta, sobretudo para perfis considerados pequenos (menos de 10 mil seguidores). Segundo o relatório, os números de curtidas também foram maiores nas publicações de carrosséis se comparado com as de vídeo e imagem nas contas pequenas, médias e grandes. Além disso, post carrossel se mostraram capazes de motivar mais comentários e de serem “Salvos” por outros usuários. Todas essas ações reforçam a medida de engajamento de uma postagem.

<sup>6</sup> Site da série “Sofia e Otto”: <<https://www.sofiaeotto.com.br/quadrinhos>>.

<sup>7</sup> Perfil da série “Sofia e Otto” no Facebook: <<https://www.facebook.com/sofiaeotto>>.

<sup>8</sup> Perfil da série “Sofia e Otto” no Instagram: <<https://www.instagram.com/sofiaeotto/>>.

Figura 8: Tira de “Sofia e Otto” no formato horizontal e retangular



Fonte: Leite (13 jan. 2023a)

Figura 9: Primeiro quadro da tira, publicada no formato carrossel no Instagram



Fonte: Leite (13 jan. 2023b)

Figura 10: Tira de “Sofia e Otto” em formato de tira dupla no Facebook



Fonte: Leite (12 jan. 2023c)

### Considerações finais

A modificação dos formatos da tira cômica nos suportes e mídias digitais, assim como no impresso, tem sido constante e caminha lado a lado de cada inovação tecnológica que altere a maneira como as pessoas consomem conteúdo de humor gráfico. Muitas vezes essas mudanças não foram pensadas especificamente para a publicação de conteúdo em quadrinhos, como é o caso das postagens em carrossel do Instagram, mas foram ressignificadas por autores que não deixaram de experimentar formas de dar visibilidade à sua produção. Também não havia sido com os blogs, que marcaram o momento anterior da publicação de tiras cômicas na internet e que foram desfocalizados em favor das redes sociais, que prometem ampliar ainda mais o alcance das postagens com base na cultura do compartilhamento entre usuários e na concentração dos conteúdos em uma mesma tela, a do *feed* de publicações.

Certamente, o cenário atual, tal qual descrevemos neste artigo, não será o definitivo. Mesmo assim, não seria exagero supor que, no espaço das redes sociais na década de 2020, a linguagem dos quadrinhos, sobretudo das tiras cômicas e seus híbridos com outros gêneros, como os memes, compõem uma parte significativa de tudo que é publicado e lido. Em meio a textos verbais e verbovisuais contendo registros pessoais do cotidiano, compartilhamento de links de notícias, discussões mais ou menos acaloradas, citações mais ou menos precisas de escritores famosos e as famigeradas “correntes”, muitos usuários são atraídos por essas pequenas narrativas em poucos quadrinhos com um desfecho inesperado e engraçado.

Pode-se dizer até mesmo que as tiras cômicas repetem com as redes sociais uma parceria vantajosa que já tiveram antes com os jornais impressos, quando estes eram uma mídia bastante popular e acessível, relativamente barata, que buscaram no humor dos quadrinhos uma maneira de atrair e fidelizar ainda mais o seu público. Se durante boa parte do processo de migração das tiras para o suporte digital a questão da autopublicação como forma de compensar a perda de espaço na mídia impressa foi um fator determinante, talvez agora se tenha alcançado o que com os blogs parecia apenas uma promessa, a de chegar a uma audiência ampla e para além da “bolha” dos que

já conheciam um autor e buscavam ativamente o seu trabalho. Talvez, neste momento, as tiras cômicas tenham restituído aos quadrinhos o seu caráter de fenômeno cultural de massa com grande penetração em diferentes camadas da população.

Ainda que todo esse entorno dialogue diretamente com o objeto aqui analisado, o olhar deste artigo foi direcionado especificamente para os formatos que as tiras passaram a utilizar nas redes sociais. Foram analisados casos do Facebook e do Instagram. Duas hipóteses nortearam a exposição. Retomando ambas. A primeira era a de que as alterações no modo de apresentação das tiras cômicas não impactavam em seu conteúdo, de modo que elas continuariam mantendo sua marca central: a apresentação de um desfecho inesperado, que levaria ao humor. Viu-se, nos exemplos apresentados, que essa máxima pôde ser confirmada.

A segunda hipótese é que, além de uma opção, o uso de diferentes formatos compunham uma resposta dos quadrinistas às imposições das redes sociais para o modo como o conteúdo deveria ser veiculado. Nesse sentido, a divisão das tiras em dois andares, de modo a tornar a disposição quadrada, foi uma saída encontrada para organizar o conteúdo de uma maneira que atendesse à demanda da plataforma digital. O uso do carrossel, próprio do Instagram, é outro caso eloquente para confirmar esse aspecto. O conteúdo é decomposto em quadros, tendo cada um deles exposto ao leitor, um a um.

Ambas as hipóteses foram confirmadas.

Outras questões a respeito da publicação de tiras cômicas nas redes sociais ainda merecem ser estudadas de forma a complementar este estudo, tais como a influência de especificidades no design de cada plataforma nas escolhas do quadrinistas e na circulação das tiras ou ainda um aprofundamento das transformações sociais que desencadeiam reconfigurações dos gêneros discursivos do humor gráfico em geral.

Ramos (2014) atribuiu a expressão “pontos de fuga” para os casos de tiras que escapariam do molde tradicional delas, o horizontal e retangular. Quase dez anos depois, pode-se dizer que a fuga se tornou uma realidade nos ambientes digitais. A maleabilidade de formatos se tornou o padrão. E também uma forma de os autores ajustarem suas produções às exigências das redes sociais e contornarem as amarras a eles impostas.

## Referências Bibliográficas

BENETT, Alberto. Perfil de Alberto Benett. **Facebook**. 10 fev. 2023a. Disponível em: <<https://www.facebook.com/BenettApavora/posts/pfbid031RFzhmHsWW6y3hfwEWkjWMR18HZUZ6uXJTtGavXWmbGF8eDFAH41mmxA3Xyw8wVhl>>. Acesso em: 30 mar. 2023.

BENETT, Alberto. Perfil de Alberto Benett. **Facebook**. 10 fev. 2023b. Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=746651256836993&set=pb.100044763769933.-2207520000.&type=3>>. Acesso em: 30 mar. 2023.

BENETT, Alberto. Perfil de Alberto Benett. **Facebook**. 25 fev. 2023. Disponível em: <<https://www.facebook.com/BenettApavora/posts/pfbid0zsoovcpwZyddtGWrUruCQobyxDCNRzJ2Pk5iC8y74P8LLKJXr8LjaLmqwwvAZpPol>>. Acesso em: 30 mar. 2023.

FRANCO, Edgar. Histórias em quadrinhos e hipermídia: as HQtrônicas chegam à sua terceira geração. In: LUIZ, Lucio (Org.). **Os quadrinhos na era digital: HQtrônicas, webcomics e cultura participativa**. Nova Iguaçu, RJ: 2013. p. 15-34.

GUIRAL, Antoni (Coord.). *Del tebeo al manga: una historia de los comics – 2. Tiras de humor crítico para adultos*. Barcelona: Panini, 2012.

HARVEY, Robert. C. How comics came to be. In: HEER, Jeet; WORCESTER, Kent. (eds.). **A comics studies reader**. Mississippi: University Press of Mississippi, 2009. p. 25-45.

HORN, Maurice. **100 years of American newspaper comics**. New Jersey: Gramercy Books, 1996.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

INSTAGRAM: 5 motivos para usar carrosséis como estratégia de conteúdo em 2022. **Época Negócios**. 5 jan. 2022, às 17h13min. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2022/01/instagram-5-motivos-para-usar-carrosseis-como-estrategia-de-conteudo-em-2022.html>>. Acesso em: 18 mar. 2023.

LEITE, Pedro. Sofia e Otto. **Facebook**. 12 jan. 2023c. Disponível em: <<https://www.facebook.com/sofiaotto/posts/pfbid025xnSt2ND6ePwvkv8h2yJRrPSZp8Sz9Xt8XmGKJHXtKkhYV6H29nmCQJ9AzmrSFVpl>>. Acesso em: 30 mar. 2023.

LEITE, Pedro. **Sofia e Otto**. 13 jan. 2023a. Disponível em: <<https://sofiaotto2.blogspot.com/2023/01/fruta-favorita-201.html>>. Acesso em: 30 mar. 2023.

LEITE, Pedro. Sofia e Otto. **Instagram**. 13 jan. 2023b. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CnXvDslvCyr/>>. Acesso em: 30 mar. 2023.

LEITE, Will. Perfil Will Tirando. **Facebook**. 21 jan. 2023. Disponível em: <<https://www.facebook.com/willtirando.blog/posts/pfbid08QkwziRPQeNCBWemoUjgPXXKUjtCAjkSND1WzJzp9S5uXSSxg1CsSH65nbnH5Zr5dxl>>. Acesso em: 30 mar. 2023.

LEITE, Will. Perfil Will Tirando. **Instagram**. 22 jan. 2023. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Cnul9HCuWO2/>>. Acesso em: 30 mar. 2023.

MENDO, Anselmo Gimenez. **História em quadrinhos: impresso vs. web**. São Paulo: Editora da Unesp, 2008.

RAMOS, Paulo. **Faces do humor: uma aproximação entre piadas e tiras**. Campinas, SP: Zarabatana Books, 2011.

RAMOS, Paulo. Pontos de Fuga: Registros do Processo de Alargamento do Formato das Tiras. **9ª Arte** (São Paulo), [S. l.], v. 3, n. 1, p. 85-103, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/nonaarte/article/view/136898>. Acesso em: 19 mar. 2023.

RAMOS, Paulo. The Gradual Nationalization of Comic Strips in Brazilian Newspapers. **International Journal of Comic Art**, v. 17, p. 465-477, 2015.

RAMOS, Paulo. **Tiras no ensino**. São Paulo: Parábola Editorial, 2017.



RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes sociais para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2018.

Submetido em 31/03/2023

Aceito em 23/07/2023