



## Revendo o Formato da Tira Cômica<sup>1</sup>

Paulo RAMOS<sup>2</sup>

### Resumo

Este artigo procura demonstrar a relevância do formato na constituição das tiras cômicas e de como tais dimensões têm sido revisadas nos últimos anos no Brasil. Entendemos que ocorra nas últimas décadas um comportamento semelhante ao presenciado há um século pelos pioneiros das histórias em quadrinhos nos Estados Unidos. Como propõe o pensador russo Mikhail Bakhtin, há uma instabilidade dentro da estabilidade do gênero. Como consequência, traz a necessidade de uma reavaliação da definição de tira.

### Palavras-chave

Tira cômica; história em quadrinhos; formato; suporte; gênero

### Tira cômica

Há uma definição mais ou menos consensual do que seja uma tira. Ela é sintetizada desta forma pelo *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*: “segmento ou fragmento de história em quadrinhos, geralmente com três ou quatro quadros, e apresentado em jornais ou revistas numa só faixa horizontal”. Há uma tendência, pelo que se vê, de que o formato seja um fator relevante para que a tira seja entendida como tal. Um sinal claro disso é o fato de as dimensões físicas dela terem popularizado o nome dessa forma de produção quadrinística.

O formato interfere também na maneira como é produzida e recebida por quem a lê. Os salões de humor brasileiros, que costumam manter uma categoria só para tiras, são um reflexo disso. A definição de “tiras” orienta não só o desenhista que pretende inscrever um trabalho no processo seletivo, mas também o júri que irá fazer a triagem do material e a consequente escolha da(s) história(s) vencedora(s).

Tomemos como exemplo o regulamento do 35º Salão Internacional de Humor de Piracicaba, um dos mais conhecidos do país. Nas regras, consta o que os organizadores

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP de Produção Editorial do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.



entendiam por “tira”: “arte gráfica em sequência, com enredo que se fecha em um formato padrão, usualmente publicado em colunas de jornal”. Os jornais, ao menos os brasileiros, costumam publicar as tiras cômicas num tamanho relativamente fixo. As dimensões são 15 cm por 4 cm na *Folha de S.Paulo*, 14 cm por 4 cm no *Estado de S.Paulo* e 12 cm por 3,5 cm em *O Globo*, do Rio de Janeiro, para ficar entre os periódicos de maior repercussão do país.

Não estava escrito no regulamento, mas pode-se inferir que o tom seja humorístico, dado que o salão se ancora nessa temática. A expectativa é que fossem inscritas, então, produções do gênero tira cômica. Esta tende a ser um texto tendencialmente curto, com personagens fixos ou não, que apresenta um desfecho inesperado no final, tal qual uma piada, como demonstramos em dois outros momentos (RAMOS 2007, 2009).

Seguindo à risca a definição lida nas regras do salão de humor, como se justificaria, então, o caso do primeiro colocado na categoria tiras, reproduzido a seguir:



Fig. 1 – Um dos trabalhos de Orlandeli vencedores da categoria tiras do Salão Internacional de Humor de Piracicaba de 2008

A tira de Walmir Américo Orlandeli apresenta um formato maior que o tradicionalmente lido diariamente nos jornais brasileiros. As demais 24 tiras selecionadas na categoria – uma delas com menção honrosa dada pelo júri – enquadravam-se na expectativa criada pelo regulamento do salão de humor. Duas

---

<sup>2</sup> Professor adjunto do curso de Letras da Unifesp (Universidade Federal de São Paulo) e professor colaborador da pós-graduação em Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da USP (Universidade de São Paulo).



inferências podem feitas a partir dessa exposição: ou o júri de premiação não seguiu à risca o regulamento ou os selecionadores já trabalham com outra concepção do que seja uma tira cômica. Entendemos ser o segundo caso.

Já existem exemplos suficientes que justificam uma releitura do formato da tira, principalmente a cômica, a mais popular e difundida no Brasil. Que ela tenha um tamanho horizontal fixo e que traga um desfecho de humor no final ainda é a acepção mais corrente, inclusive no meio acadêmico. A questão das dimensões físicas, no entanto, precisa ser revista. Ou ampliada, como iremos defender mais adiante.

### **Formação do gênero**

O pensador russo Mikhail Bakhtin define gênero como um “tipo relativamente estável de enunciados”, construído pelas pessoas em situações de interação comunicativa (2000[1953], p. 279). A definição é um dos pontos convergentes entre as diferentes teorias dos gêneros discutidas na área da Linguística.

De início, a preocupação parecia estar no lado estável dos gêneros. Mas, como alertam autores como Marcuschi, trata-se de uma estabilidade relativa, posto que os gêneros “variam, adaptam-se, renovam-se e multiplicam-se” (2005, p. 18). O contexto de produção, os interlocutores do processo comunicativo ou o suporte são elementos que podem interferir no modo como o gênero é concebido por quem o produz e recebido pela pessoa que o lê/ouve.

Um exemplo concreto da instabilidade na construção dos gêneros ocorreu no século 19 e, principalmente, no início do 20. Buscava-se, na época, um norte para o que seriam as histórias em quadrinhos, forma de linguagem que ainda engatinhava. Diferentes formatos foram experimentados, sempre nos jornais, suporte que inicialmente abrigava tais narrativas. O espaço físico da tira foi uma dessas experimentações.

Algumas das tiras pioneiras, em particular nos Estados Unidos, possuíam tamanhos diferenciados. Um deles era o equivalente ao espaço de duas tiras. Um caso assim é o do personagem *Little Sammy Sneeze*, feito por Winsor McCay. O garoto sempre espirrava nas piores horas. A história a seguir foi publicada em 1904:

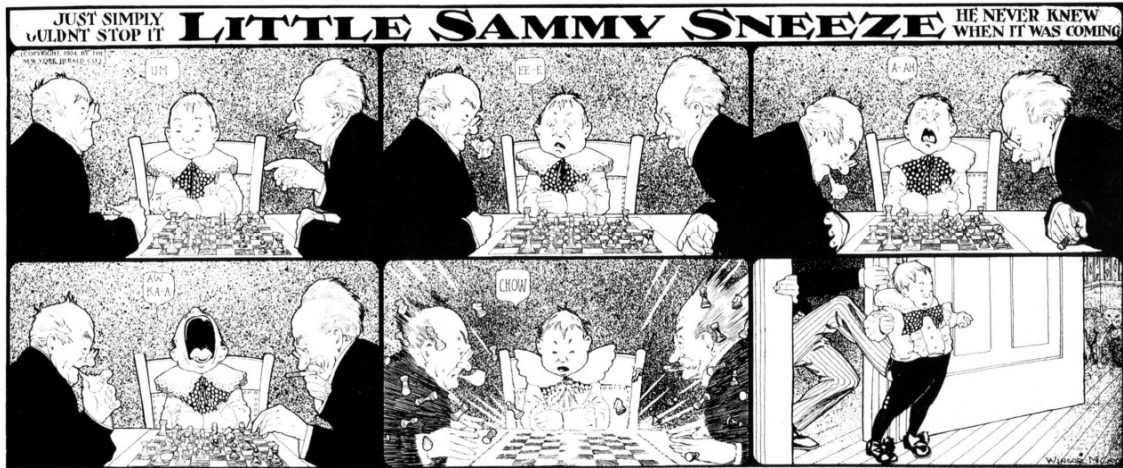


Fig. 2 – Tira cômica de Winsor McCay, publicada nos Estados Unidos em 1904

A consolidação de uma cara própria para a tira cômica ocorreu com *A. Piker Clerk*, de Clare Briggs, e, principalmente, com *Mr A. Mutt*, de 1907, depois rebatizada *de Mutt & Jeff*, de Bud Fisher. *Mutt & Jeff* figura entre as pioneiras no uso do sistema de distribuição de material a outros jornais, chamado de *syndication*. A ideia era reproduzir o mesmo produto a diferentes periódicos norte-americanos.

Para que o processo pudesse ser feito dentro da agilidade da dinâmica do fechamento diário das edições, havia a necessidade de uma padronização do tamanho das histórias. Assim, a página onde a narrativa de humor iria aparecer poderia ser diagramada previamente, bastando apenas encaixar a história no tamanho estipulado.

O formato que se consolidou foi o de uma tira, ou *comic strip*, como foi batizada nos Estados Unidos. O mecanismo permitia que a mesma piada diária fosse lida por diferentes pessoas em todo o país. E garantia um bom negócio aos agentes e aos autores. Pela mesma história, ganhava-se mais de uma vez.

O sistema ganhou força comercial e ultrapassou as fronteiras norte-americanas. As tiras se popularizaram também em países sul-americanos, entre os quais o Brasil. Na década de 1920, surgia outra possibilidade de produção das histórias, agora de forma seriada, narrando um capítulo por dia. Em geral, tais produções se pautavam mais na aventura do que na construção de uma piada diária. Por isso, foram rotuladas por alguns teóricos como *tiras de aventuras*. *Tarzan*, *Buck Rogers* e *Fantasma* servem de exemplos.

Houve também outro formato que se consolidou nos jornais, o da chamada página dominical. Tratava-se de uma história em quadrinhos construída em um tamanho



maior, o equivalente a uma página. Aos olhos do público, diferenciava-se da tira na questão do espaço físico utilizado e no tempo maior de leitura. Outro formato que surgiria na década de 1930 era o da revista, ou *comic book*. Embora fossem inicialmente feitas de coletâneas de tiras, eram o embrião de um suporte maior, fora dos jornais, com mais páginas e com maiores possibilidades de criação.

Tal qual a definição bakhtiniana, houve uma estabilidade relativa no início da consolidação da linguagem dos quadrinhos tal qual a conhecemos hoje. Relativa porque se experimentavam moldes e modos de produção tanto no processo de criação quanto no de recepção. Estável porque alguns deles convergiram para um ponto único nos anos de nas décadas seguintes, como a tira cômica.

### **Pontos de fuga do formato**

O formato horizontal, curto e fixo da tira cômica foi o que consolidou o gênero e o tornou conhecido em diferentes países. Produzia-se a mesma história, num mesmo espaço físico, para mais de um jornal. Apesar das características comuns dominarem, houve no Brasil diferentes casos de fuga da estabilidade genérica (no sentido de gênero), a depender do suporte utilizado. No impresso, parece-nos que dois casos são mais evidentes: o visto nas revistas e em alguns jornais.

As revistas em quadrinhos brasileiras, em particular as infantis, costumam há décadas encerrar a edição com uma tira cômica. A diferença é que a história é apresentada no formato vertical, e não no costumeiro molde horizontal. A narrativa tende a ocupar metade da página final e divide o espaço com os créditos da editora que produziu a publicação. O recurso foi e ainda é utilizado nas revistas da Turma da Mônica, de Mauricio de Sousa:



**PANINI COMICS**  
PANINI BRASIL LTDA.  
Diretor-Presidente: José Eduardo Severo Martins  
Diretor Administrativo e Financeiro: Roberto Augusto Bezerra  
Diretor de Operações e Editorial: Ivam Ataide Faria  
Diretor Comercial e Marketing: Marcio Borges

**Cebolinha**  
Nº 28 - Abril de 2009

**REDAÇÃO**  
Gerente Editorial / Editora Responsável: Solange Mary Lemes  
Editor de Arte: Erico Rodrigo Maoli Rosa  
Editora-assistente: Sandra Aparecida Teixeira do Couto  
Diagramação: Fabio Perez, Jaqueline de Lima, Rafael Antunes Chagas

**COMERCIAL E MARKETING**  
Analista de Marketing: Carolina Carvalho Corazzin  
Consultor de Assinaturas: Rogério Yukio Onuma  
Publicidade: Hit Publish - Tel.: (11) 5507-5775  
comercial@hitpublish.com.br / Site: www.publipanini.com.br  
Assessoria de Comunicação: Litera - imprensa.panini@litera.com.br

**IMPRESSÃO**  
Esta revista foi impressa pela São Francisco Gráfica e Editora

**DISTRIBUIÇÃO**  
Fernando Chinaglia Distribuidora S.A. - R. Teodoro da Silva, 907  
CEP 20563-900 - Rio de Janeiro - RJ - Tel.: (21) 2195-3200

**WZ**

Cebolinha é uma publicação mensal da Panini Brasil Ltda. Administração, Redação e Publicidade: Alameda Juan, 560 - Centro Comercial Tamboré - CEP 06460-090 - Barueri - SP - Brasil. © 2009 Mauricio de Sousa e Mauricio de Sousa Produções Ltda. Todos os direitos reservados - www.monica.com.br. Direitos desta edição no Brasil e em Portugal reservados à Panini Brasil Ltda. As histórias, personagens e nomes apresentados nesta revista, bem como suas distintas semelhanças, salvo quando indicado, são propriedades da Mauricio de Sousa Produções e publicados sob sua licença. Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial desta obra sem a prévia autorização dos editores. Data desta edição: abril de 2009.

**MAURICIO DE SOUSA**  
**Estúdios Mauricio de Sousa**  
Presidente: Mauricio de Sousa  
Diretoria: Alice K. Takeda, Marcelo Gomes,  
Marco R. A. Souza, Mônica S. e Sousa, Yara Maura Silva  
Assessora Especial da Presidência: Martha Ochsenhofer

**HISTÓRIAS EM QUADRINHOS**  
Diretora Executiva: Alice K. Takeda. Redação: Mauricio de Sousa, André Simas, Emerson B. Abreu, Felipe C. Ribeiro, Flávio T. de Jesus, Gerson L. B. Teixeira, Lancelot Mota, Marcelo Barreto de Lacerda, Patrícia Machado, Paulo R. Back, Roberto Munhoz, Robson B. Lacerda. Desenho: Alino O. Lobo, Carlos A. Pereira, Denis Y. Oyafuso, Diego S. Almeida, Emy T. Y. Acosta, Enrique Valdez, Fernando Luis Campos, José Aparecido Cavalcante, Lino Paes, Olga M. Ogazawara, Ricardo Rolão, Roberto M. Pereira, Sidnei L. Salustre. Ilustrações: Mauro de Souza, Zazo Aguiar. Arte-final: Clarissa Hirabayashi, Cristiane Colheado, Cristina H. Ando, Fábio Assada, Jaime Pridari, Kazuo Yamashita, Lian A. Almeida, Marco A. Oliveira, Marcos Fernando Silva, Patrícia L. Zaccarias, Reginaldo S. Almeida, Romeu T. Furusawa, Rudinei C. Acosta, Sérgio T. Graciano, Tatiana M. Santos, Viviane Yamabuchi, Wagner Bonilla. Letras: Carlos Kina, Eliza T. K. B. Lacerda. Acabamento: A. Mauricio Sousa Neto, Antônio R. F. Guedes. Cor: Alexandre de Souza, Andréia Moreira Fundani, Luciana Spada e Souza, Miriam S. Tomimaga. Assistentes de Arte: Adriano Nunes de Souza, Carlos Wagner Furian, Flávio de Souza, Guilherme Macedo, Reginaldo Graciano. Coordenação de Arte: Maria Aparecida Rabelo, Mariana de Almeida. Claro. Assistentes: Marcelo Rocha. Planejamento Editorial: Sidney Gusman. Estúdios Mauricio de Sousa - Rua do Curtume, 745 - Bloco F - Lapa - São Paulo - SP - CEP 05065-001 - Tel.: (11) 3613-5000.

**MERCHANDISING**  
Diretora Executiva do Estúdio: Alice K. Takeda. Designer: Emy T. Y. Acosta. Comercial: Diretora: Mônica S. e Sousa. Gerente Geral de Licenciamento: Amauri Araújo de Sousa. Gerente de Produtos Editoriais: Rodrigo Paiva. Gerente de Promoções: Edson Santos. Projetos Especiais: Diretor: Abel Mesquita Zambom. Internacional: Vice-Presidente: Yara Maura Silva. Diretora: Mayra C. Silva. Teatro: Parque da Mônica: Jairo Pimenta - Tel.: (11) 3093-7769. Som: Diretor Executivo: Marcio R. A. Souza. Expedientes: Jacqueline Mouradian. Núcleo de Atendimento: Daniela E. Gomes, Erica Rossini, Therszina S. Branco. Tel.: (11) 3613-5055 - Redação: Ivana Mello. Supervisão Geral: Mauricio de Sousa. Instituto Mauricio de Sousa: instituto@instituto Mauricio de Sousa.com.br. © 2009 Mauricio de Sousa Produções. Todos os direitos reservados. www.monica.com.br e-mail: msp@turmadamonica.com.br

**Disk Banca**  
Número atrasados poderão ser adquiridos diretamente com o seu jornaleiro, havendo entrega obrigatória pelo preço da última edição.  
530263102026

**ATENDIMENTO AO ASSINANTE**  
2ª a 6ª feira, das 9:00 h às 18:00 h  
São Paulo (11) 3512-9444  
Rio de Janeiro (21) 4062-7989  
Belo Horizonte (31) 3508-9416  
Curitiba (41) 3012-8714  
Florianópolis (48) 4052-8636  
Porto Alegre (51) 4063-8869  
Brasília (61) 3246-9703  
Goiânia (62) 4053-8851  
Salvador (71) 4062-9340  
Internet: www.assinemonica.com.br  
Fax: (11) 3845-0399

Fig. 3 – Tira vertical em página de encerramento de revista de *Cebolinha*

Em alguns casos, a editora opta por acrescentar um título com o nome do personagem central e, no fim do último quadrinho, uma legenda com a palavra “fim”, para aproximar a tira da estrutura das demais histórias em quadrinhos contidas na revista. É como visto no exemplo da figura 3, de *Cebolinha*. Apesar de o formato fugir do convencional, as características da tira cômica se mantêm: texto tendencialmente curto, com um desfecho inesperado no final, tal qual a piada.

Outra situação de fuga do formato convencional vem sendo utilizada por alguns jornais brasileiros pelo menos desde a década de 1990. São histórias que ocupam o tamanho de duas tiras. É um molde fixo, que fica no meio termo entre a tira e a página dominical. Tende a funcionar, no entanto, como a tira cômica.

O recurso foi usado mais de uma vez pelo jornal *Folha de S.Paulo* no suplemento infantil *Folhinha*. O caderno trouxe histórias de *Ozzy*, *Geraldinho* e *Suriá*, personagens voltados ao leitor mais jovem. As histórias eram criadas por três dois autores de tiras do jornal: Angeli, Glauco e Laerte, respectivamente. O tamanho, como se pode ver a seguir, parece-se muito com o trabalho premiado em 2008 no Salão Internacional de Humor de Piracicaba:

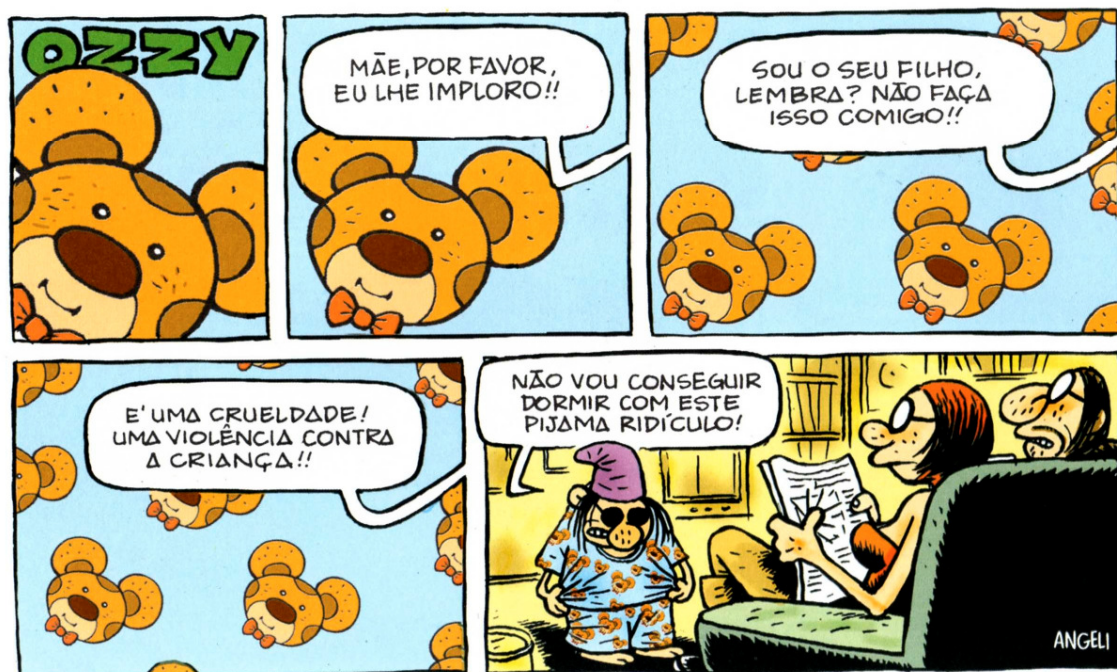


Fig. 4 – Tira de *Ozzy*, personagem infantil criado por Angeli

O formato de “dois andares” foi usado pela *Folha de S.Paulo*, uma vez mais, no segundo semestre de 2008. Com a diferença de que foi utilizado no caderno de cultura, onde as tiras são publicadas diariamente. O periódico paulista passou a veicular aos domingos – no meio de 2009 mudou para os sábados - uma série feita pelos irmãos Gabriel Bá e Fábio Moon, vencedores de diferentes premiações de quadrinhos nos Estados Unidos, mercado onde também atuam.



A série da dupla se chamou *Quase Nada* e não se pautava na criação de uma piada ao final. Bá explicou a escolha do nome em um texto postado no blog que ambos mantêm no portal UOL:

Nossas tiras não contam piadas, não contam histórias, são só relances, detalhes e recortes. Sempre quisemos mostrar que é possível tratar de quase tudo em Quadrinhos, mas pode parecer que nas nossas tiras falam de Quase Nada. Foi mais ou menos assim que surgiu o título. (BÁ, 2009)

No mesmo texto, ele disse que a escolha do formato se deu pela necessidade de ajustar a história à narrativa que ele e o irmão normalmente estavam habituados a fazer. Segundo Bá, o espaço de três ou quatro quadros era insuficiente para o que os dois tinham em mente. Embora não seja uma tira cômica, a produção deles não deixa de ser uma tira, levada a um público amplo por conta da ampla difusão da *Folha de S.Paulo*.

Processo semelhante ocorreu com a tira cômica de *Gatão de Meia Idade*, criada por Miguel Paiva. A tira cresceu de tamanho após migrar para um outro espaço do jornal carioca *O Globo*. Passou a ser publicada no primeiro caderno – e não mais no de cultura -, logo abaixo da coluna do jornalista Ancelmo Góes, conhecido por trazer notas sobre o mundo social e político brasileiro. A mudança interna permitiu a ele ter mais espaço para produzir a história.

O solteirão *Gatão de Meia Idade* foi “enquadrado”, como diz Paiva. O rótulo se justifica porque a série ganhou o formato físico de um quadrado. Nas palavras do autor, isso exigiu rever o processo de produção:

O formato quadrado me enquadrou, confesso. Tive que adaptar a linguagem e convencer o personagem de que o espaço era mais elegante e moderno. Acabou que nos habituamos ao quadrado e hoje aprendemos que quem faz o espaço é a nossa imaginação. (PAIVA, 2008, p. 5).

Há outros casos que podem ser citados, como as tiras de *Cabeça Oca*, de Christie Queiroz, publicadas em jornais de Goiás, Tocantins e Rio Grande do Sul, de *Mendelévio*, de João Carlos Mendonça, que circula em Minas Gerais, e de *Sic.*, mesma série de Orlandeli vencedora do Salão Internacional de Humor de Piracicaba em 2008. *Sic.* é publicada em São José do Rio Preto, cidade do interior paulista onde o desenhista mora.

Merece registro que, na Argentina, o jornal *La Nacion* já mescla os dois formatos na página final, dedicada a humor gráfico. Das quatro tiras cômicas da



publicação portenha, duas têm o tamanho equivalente a duas tiras. Uma delas, do gato bagunceiro *Gaturro*, de Nik, teve duas coletâneas lançadas no Brasil em 2008 pela editora V&R.

Nos Estados Unidos, houve também ensaios de um experimentalismo no tocante ao espaço limitado da tira, como se fosse uma espécie de fuga de uma camisa de força. Uma delas, *Maakies*, do norte-americano Tony Millionaire, tem como marca a condução de duas narrativas simultâneas no mesmo espaço da tira. Na parte de cima, com maior destaque, estaria a principal, com os personagens corriqueiros. Na parte de baixo, em tamanho menor, cria uma outra piadinha, ora com personagens novos, ora com os protagonistas politicamente da série – o macaco *Tio Gabby* e o pássaro bebedor *Drinky Crow*.



Fig. 5 – Tira da série *Maakies* traz duas narrativas em paralelo

Como se observa, a questão do formato fixo precisa ser reavaliada, dado o contexto de produção. Há casos concretos que registram um alargamento no tamanho da tira cômica. Mas o conteúdo continua obedecendo às características essenciais do gênero, que são produzir uma narrativa tendencialmente curta, com desfecho inesperado, que leva ao efeito de humor. E o fato de ser veiculada com dimensões maiores nos jornais ajuda a familiarizar o molde em quem a lê, criando uma expectativa de que o gênero abarca também tais dimensões ampliadas. Nos sites e blogs, que circulam em um outro tipo de suporte, também é possível perceber ecos desse comportamento.



## Suporte virtual

Na leitura de Luiz Antônio Marcuschi, o suporte é essencial para a circulação dos gêneros na sociedade. Seguindo o raciocínio do autor, torna-se elemento importante para a compreensão do gênero num contexto sociocognitivo interacional. Nas palavras dele,

Entendemos aqui como suporte de um gênero um locus físico ou virtual com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como texto. Pode-se dizer que suporte de um gênero é uma superfície física em formato específico que suporta, fixa e mostra um texto. (MARCUSCHI, 2008, p. 174)

Para o linguista, tal definição se resume em três aspectos: 1) suporte é um lugar; 2) tem formato específico; 3) serve para fixar e mostrar o texto. Intuitivamente, tais elementos já foram identificados na discussão sobre a veiculação impressa das tiras, ora nos jornais, ora em revistas. Mas será que a migração para o suporte virtual, que traz diferentes e contínuas inovações tecnológicas, altera necessariamente o gênero tira cômica?

O fato de ser imaginada para ser impressa na página de um jornal não impede que a mesma história seja (re)utilizada na tela de um computador, outro suporte, portanto. O recurso, aliás, tem se tornado comum neste início de século, principalmente em blogs de autores. É uma outra janela de exposição dos trabalhos a um público potencialmente maior.

A ida para o meio virtual não faz com que necessariamente deixe de ser e de funcionar como tira cômica. A leitura e o desfecho inesperado ao final mantêm a estabilidade genérica, tal qual ocorre no meio impresso. A não ser que a história seja recriada, como ocorreu com algumas tiras de *As Cobras*, de Luis Fernando Verissimo. O material ganhou recursos de animação quando veiculado no *Terra Magazine*, revista mantida pelo portal *Terra*. A página virtual, depois, manteve a estrutura tradicional, como a feita para o papel. Até o início de julho de 2009, era assim que expunha as histórias aos leitores.

Mesmo com a mudança de suporte, tem ocorrido uma tendência de manutenção do formato impresso, embora não seja tão incomum encontrar casos de tiras cômicas de dois andares. Tal estabilidade no tamanho físico foi conservada na internet, ao menos na década inicial deste século. O meio virtual, no entanto, permite mudanças de outra ordem. Facilita uma eventual quebra da barreira do formato, algo que não seria possível no papel, dadas as limitações do tamanho fixo. Um caso, extraído do blog *Tironas*:



Fig. 6 – Tira veiculada no blog *Tironas* em junho de 2009

O uso das setas, de certa forma, subverte o formato duplo da tira e centra o humor exatamente nisso. À frase de que a namorada ou esposa está grávida, o parceiro teria três reações possíveis: ficar entusiasmado, surpreso ou com medo, a ponto de fugir. A terceira possibilidade é o que garante o desfecho de humor.

Seguramente há e vai haver outros exemplos de inovação no processo de criação de tiras no meio virtual. É algo ainda tateado pelos desenhistas, por ora ancorados nos



moldes mais conhecidos. Parece ser um processo semelhante ao que ocorreu com a consolidação do gênero nas décadas iniciais do século 20 nos Estados Unidos.

### **Revendo o conceito de tira**

Há, como defende Bakhtin, um equilíbrio de forças no processo de construção do gênero. Há características convergentes ladeadas por outras, divergentes. Por isso, entende que sejam tipos relativamente estáveis de enunciado. Há estabilidade, mas relativa. Essa conjunção de fatores foi vista nos primeiros trabalhos em quadrinhos, quando ainda havia ensaios do que seria a nova linguagem. Alguns formatos ganharam corpo e se consolidaram, entre os quais se destaca o da tira.

O processo de fixação das dimensões físicas da tira cômica, como pudemos ver, também não foi homogêneo. Tiras duplas, em tamanho maior, eram vistas já nos anos iniciais do século 20 nos Estados Unidos. As décadas seguintes também foram pautadas por pontos de fuga da estabilidade genérica, como as tiras em formato vertical das revistas infantis ou com espaço dobrado nos jornais.

A entrada dos quadrinhos no suporte virtual também ajudou a acentuar a percepção de um formato maior para as tiras cômicas. Com o diferencial de que a tela do computador permite uma liberdade criativa maior, podendo o desenhista extrapolar as amarras físicas impostas no meio impresso.

Parece haver neste início de século 21 sinais do mesmo experimentalismo presenciado um século antes. A internet, sem dúvida, tem contribuído muito nesse sentido, embora haja ainda tendência de manutenção dos formatos convencionais da tira nos sites e blogs brasileiros. Mesmo assim, já existem casos suficientes, tanto nos meios impressos como virtuais, para autorizar uma definição que encampe um alargamento na dimensão física da tira.

Ela – a tira cômica - permanece sendo um texto tendencialmente curto, com desfecho inesperado, tal qual uma piada, com personagens fixos ou não. Por isso, não se trata de um novo gênero. Mas não é necessariamente produzida no formato horizontal de apenas uma tira. Pode também apresentar um tamanho maior, equivalente ao de duas tiras, sendo quadrado ou retangular. Ou ser produzida na forma vertical, como tem ocorrido no suporte revista.



É o que se pode inferir a partir da leitura de tiras cômicas nacionais produzidas na década final do século 20 e no começo deste século. Os novos formatos já configuram uma estabilidade dentro da instabilidade.

### Referências bibliográficas

ANGELI. *Ozzy*: Tírex e mais cambada de bichos de estimação. São Paulo: Companhia das Letras, 2006. Vol. 2.

BÁ, Gabriel. Procurando quase nada. In: *10 Pãezinhos*. Postado em 8 de maio de 2009. Disponível em: [http://10paezinhos.blog.uol.com.br/arch2009-05-01\\_2009-05-31.html](http://10paezinhos.blog.uol.com.br/arch2009-05-01_2009-05-31.html) Acesso: 24 jun. 2009.

BÁ, Gabriel & MOON, Fábio. Quase Nada 1. Disponível em: <http://www.flickr.com/photos/10paezinhos/3072512710/sizes/o/> Acesso: 24 jun. 2009.

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In: *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2000. p. 277-326.

FISHER, Bud. *The early years of Mutt & Jeff*. New York: NMB, s.d.

INSTITUTO ANTÔNIO HOUAISS. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2002.

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

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: configuração, dinamicidade e circulação. In: KARWOSKI, Acir Mário; GAYDECZKA, Beatriz & BRITO, Karim Siebeneicher (orgs.). *Gêneros textuais*: Reflexões e ensino. Palmas/União da Vitória: Kayganguê, 2005. p. 17-33.

\_\_\_\_\_. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola, 2008.

MCCAY, Winsor. *Winsor McCay: early works*. Estados Unidos: Checker Book Publishing Group, s. d. Vol 1.

MILLIONAIRE, Tony. *Maakies*. Campinas: Zarabatana, 2007. Vol. 1.

NIK. *Gaturro*. São Paulo: V&R, 2008. Vol. 1.

PAIVA, Miguel. *Gatão de Meia-Idade*: enquadrado. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2008.

RAMOS, Paulo. *A leitura dos quadrinhos*. São Paulo: Contexto: 2009.

\_\_\_\_\_. *Tiras cômicas e piadas: duas leituras, um efeito de humor*. 424 f. Tese (Doutorado em Letras). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8142/tde-04092007-141941/> Acesso: 24 de jun. 2009.



Regulamento do 35º Salão Internacional de Humor de Piracicaba. Disponível em: [http://fabricarica.2it.com.br/upload/d0uyteo1vo\\_pira\\_regulamento2008.pdf](http://fabricarica.2it.com.br/upload/d0uyteo1vo_pira_regulamento2008.pdf) . Acesso: 24 de jun. 2009.

SOUSA, Mauricio. *Cebolinha*. São Paulo: Panini, abril de 2009. N. 28.

*Tironas*. Disponível em: <http://tironas.blogspot.com/> Acesso: 15 jul. 2009.

*35º Salão Internacional de Humor de Piracicaba*. São Paulo; Piracicaba: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo; Instituto Histórico Geográfico de Piracicaba, 2008.

VERISSIMO, Luis Fernando. *As Cobras*. Disponível em: <http://terramagazine.terra.com.br/ultimas/0,,EI11360-SUM,00.html>. Acesso: 15 jul. 2009.