

## O fio como estratégia de (des)composição do texto no Twitter<sup>1</sup>

Wendell GUIDUCCI<sup>2</sup>  
Jornalista

### Resumo

O volume e a velocidade com que as informações são oferecidas aos sentidos humanos não encontram precedentes na história. À medida que nossos cérebros vão se adequando às novas formas de consumo de textualidades diversas, novas formas de expressão escrita vão sendo elaboradas. Na contemporaneidade, o tuíte configura-se como um gênero textual-discursivo propício à urgência do leitor hiperatento, e sua versão estendida, o fio, pode conformar uma estratégia de retenção da atenção desse leitor/usuário diante de composições mais longas.

**Palavras-chave:** História da Mídia Digital; Twitter; Fio; Fragmento; Brevidade.

### Primeiras palavras

Em sua glorificação da velocidade registrada no “Manifesto Futurista”, o poeta Fillipo Tommaso Marinetti, fascista misógino de notável envergadura, previu por vias tortas a condição humana no alvorecer do século XXI. Ao exaltar “o movimento agressivo, a insônia febril, a corrida, o salto mortal, o soco e o tapa” (1909, s/p) que almejava, antecipou a urgência que marca nossos dias. Fomos tão eficientes na criação da “eterna velocidade onipresente” (idem) que delas não conseguimos mais escapar. O tempo de contemplação restou encerrado nos museus cuja demolição Marinetti incitou, e o presente é o que é: impermanência, efemeridade, fugacidade. A poesia talvez não tenha sido, como quis o escritor italiano, “concebida como um violento assalto contra as forças desconhecidas” (idem). Mas a informação, essa sim, estabeleceu-se como um ataque tempestuoso e ininterrupto contra nossos sentidos.

O excesso de estímulos a que estamos expostos diuturnamente tem ensejado importantes reflexões sobre o que o principal artífice dessa tormenta informacional - a internet - tem feito com nossas mentes. Nicholas Carr (2011), Maryanne Wolf (2019) e Robert K. Logan (2012) são alguns autores que, no presente século, têm dedicado esforços

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT História da Mídia Digital, integrante do XIII Encontro Nacional de História da Mídia.

<sup>2</sup> Jornalista. Professor substituto da Faculdade de Comunicação da UFJF. Pesquisador associado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF. Mestre e doutor em Estudos Literários pelo PPG-Letras UFJF. Email: wdelguiducci@gmail.com

à compreensão de como os novos meios têm agido sobre nossa capacidade de leitura e de compreensão daquilo que lemos. No âmbito da comunicação social, em particular do jornalismo, é recomendável especularmos sobre estratégias que têm sido (ou possam ser) experimentadas na tentativa de adequar as textualidades a essa não tão nova realidade, em que a impaciência e a distração impõem-se como uma condição quase fisiológica da contemporaneidade.

A leitura profunda - herança do hábito medieval da leitura silenciosa nos claustros e monastérios - tem derivado para longe de nossos hábitos cotidianos: em mutação, o cérebro agora anseia por pequenas porções de informação. Nos ambientes virtuais, a predileção é por textos pequenos, pois os grandes se apresentam monótonos ao dinamismo algo histórico de nosso pensamento inquieto. Nas redes sociais, o “textão alert!” adverte: se quiser prosseguir, sinta que lá vem história. No que diz respeito ao conteúdo jornalístico, a leitura, digamos, “literária” dá lugar a uma espécie de escaneamento das principais informações do texto. O “homem tipográfico” identificado por McLuhan (1972) dissolve-se na não-linearidade das hiperconexões.

Vivemos um momento de plena revolução informacional turbinado por novas tecnologias da comunicação, um período de transição que não permite vislumbre de fim algum e nos suspende sobre dois modos de pensamento, identificados por Nicholas Carr (2011): o pensamento linear, literário, ou seja, aquele condicionado ao longo de séculos de aprendizado nos livros, artefatos últimos do saber; e um outro, não-linear, estilhaçado, bombardeado pela quantidade imensa de informação em pílulas disparadas pelos mais diversos suportes, projetados especialmente a partir da internet. O desalojamento do pensamento linear em nome do que Carr chama de “uma nova ética intelectual” (idem, p.112) demanda dos produtores de textos novas abordagens, uma vez que nossos cérebros agora esperam receber as informações de forma fragmentada, da mesma maneira que o Twitter e as atualizações em tempo real nos oferecem, como um “fluxo de partículas em movimento veloz” (idem, p.19).

### **Desafio para escritores**

Um estudo do grupo Time analisado por Maryanne Wolf em seu livro *O cérebro no mundo digital* (2019) mostra que pessoas de 20 anos mudam de fonte de mídia cerca de 27 vezes por hora. Que checam o celular de 150 a 190 vezes por dia. Nossa capacidade de atenção, assim, vai se degradando. “Não vemos ou ouvimos com a mesma qualidade de

atenção, porque vemos e ouvimos demais, nos acostumamos e pedimos mais” (idem, p.89). A torrente de informação picotada, recebida em espasmos, não é, portanto, apenas imposta: é também desejada. Apartados de nossa capacidade de concentração, cambiamos lentamente – ou nem tão lentamente assim – o hábito da atenção profunda pelo que Katherine Hayles chama de hiperatenção<sup>3</sup>, “fenômeno causado por uma mudança rápida de tarefa (em que ficamos logo viciados), altos níveis de estimulação e baixa tolerância ao tédio” (idem, p.89). E tomo a liberdade de pedir que entendamos aqui o tédio com benevolência, na acepção de Benjamin, como “o pássaro de sonho que choca os ovos da experiência” (BENJAMIN, 1987, p. 157), o ócio necessário à contemplação que produz o pensamento crítico-criativo.

As pesquisas conduzidas por Jakob Nielsen (2006) mostram que a leitura na tela tende a ser dispersa. Nosso impulso é ler “por alto”, especialmente num movimento que Nielsen chamou de “padrão F” de leitura - embora haja ainda outros padrões, igualmente superficiais<sup>4</sup>. Na tela, lemos mais ou menos integralmente o início do texto, num movimento horizontal da esquerda para a direita, conforme a cartilha da leitura ocidental; depois descemos nossos olhos para o meio do texto, e corremos o olhar num movimento também horizontal, porém mais curto, sem chegar sequer ao final da linha; e, por fim, corremos os olhos no sentido vertical no lado esquerdo da tela. Esse movimento, segundo indicam os mapas de calor registrados pelas pesquisas de Nielsen, têm um formato que se assemelha à letra F, daí o “padrão F”. Portanto, via de regra, não lemos, propriamente: escaneamos a superfície do texto. Sobrevoamo-lo como libélulas sobre espelho d’água, sem jamais mergulhar. E se lemos assim na tela, tendemos a passar a ler assim também no papel.

As revoluções das tecnologias do texto não causam impacto somente nas técnicas de produção, veiculação e consumo dos produtos textuais. Afetam nosso modo de pensar: “Os efeitos da tecnologia não ocorrem aos níveis das opiniões e dos conceitos: eles se manifestam nas relações entre os sentidos e nas estruturas da percepção, num passo firme e

---

<sup>3</sup> Katherine Hayles defende que ambos os tipos de atenção, a profunda e a hiperatenção, têm suas vantagens. “A atenção profunda é essencial para lidar com fenômenos complexos como teoremas matemáticos, trabalhos literários desafiadores e composições musicais complexas; a hiperatenção é útil, por sua flexibilidade, na alternância entre diferentes fluxos de informação, sua captação rápida da essência do material e sua habilidade de se deslocar rapidamente por diferentes tipos de textos. À medida em que os ambientes contemporâneos tornam-se mais intensos em termos de informação, não surpreende que a hiperatenção (e sua estratégia de leitura correspondente, hiperleitura) esteja crescendo, e a atenção profunda (e sua estratégia de leitura correlata, leitura profunda) esteja diminuindo, especialmente entre jovens adultos e adolescentes.” (2012, p.69, tradução nossa).

<sup>4</sup> A esse respeito, recomendo a leitura do artigo *F-Shaped pattern of reading on the web: misunderstood, but still relevant (even on mobile)* (*O padrão F de leitura na web: incompreendido, mas ainda relevante (até nos dispositivos móveis)*), no site do Nielsen Norman Group. Link nas referências.

sem qualquer resistência” (MCLUHAN, 1969, p.34). A onipresença dos smartphones e suas notificações por meio de sons e luzes, que hoje ocupam lugar central em nosso cotidiano, a ponto de estranharmos o silêncio – aquele silêncio que outrora imperava nas bibliotecas, projetadas para o estudo e a concentração -, têm papel ativo na degradação de nossa atenção sob vários aspectos. Um deles é o fato de ser um dispositivo que estimula a multitarefa. Ali estão nossos emails, nossos filmes, nossas contas bancárias, nossos shopping centers, nossas câmeras fotográficas, nossos blocos de notas, nossas filmadoras, nossa TV, nosso rádio, nossos editores de texto, nossas redes sociais – nossa vida social, em última análise - e até, vejam só, nossos telefones. Ora, se você possuiu um smartphone, não há motivo para depois. Tudo é pra já. Tudo é pra ontem. ASAP. Não há tempo de se aquietar em ninho algum e chocar os “ovos da experiência”.

Byung-Chul Han lembra que “os desempenhos culturais da humanidade, dos quais faz parte também a filosofia, devem-se a uma atenção profunda, contemplativa. A cultura pressupõe um ambiente onde seja possível uma atenção profunda” (2020, p.33). Na substituição da contemplação pelo frenesi, da atenção profunda pela hiperatenção, esgota-se a paciência para os textos maiores. As formas mais corriqueiras de ler são as ágeis, superficiais: a leitura de títulos, de tuítes, de mensagens de texto (quando não substituídas por infernais áudios de WhatsApp), de legendas, textualidades breves e formas discursivas relampejantes que proliferam nos ambientes digitais, notadamente nas redes sociais. Este novo modo de ler demanda novos modos de escrever. Não faço aqui a defesa de que sejam abandonados os textos longos, absolutamente: reflexões densas serão tão indispensáveis à leitura do mundo quanto sempre foram<sup>5</sup>. Mas da mesma forma que será vital para nossa adaptação o desenvolvimento de uma dupla literacia – habilidade simultânea para a atenção e a hiperatenção, para a leitura profunda e para a leitura fugaz, não-linear, fragmentada -, será necessário ao profissional de comunicação dominar as técnicas de uma escrita concisa, híbrida, que lance mão da intermedialidade e da multilinguagem, da síntese e da precisão, em nome de uma comunicação eficiente e adequada às capacidades cognitivas deste leitor em mutação.

---

<sup>5</sup> Não consideremos, todavia, as formas breves inférteis. Grandes pensadores manifestaram-se através de aforismos, de poemas mínimos, de fábulas breves. A respeito da escrita fragmentária de Heráclito, tão concisa quanto lacunar, Nietzsche, ele mesmo um adepto da expressividade aforística, disse: “... é provável que jamais homem em tempo algum tenha escrito de um modo mais claro e luminoso” (apud SOUZA, p. 80). Não é a extensão, mas a profundidade que fará um texto mais ou menos relevante. Um texto pequeno certamente não pressupõe um texto menor.

## Muda o leitor, muda o texto

Há motivos para que se suponha que, embora a qualidade da leitura venha se deteriorando, o ato de ler não está, necessariamente, diminuindo. Especialmente se levarmos em conta que a informação entregue pela internet, por mais vasto que seja o tráfego de vídeo e por mais sucesso que façam os podcasts, quase sempre incorpora o texto escrito. Ele está presente tanto nos artigos científicos quanto nos sites de fofoca, nos market places e nos aplicativos de streaming, nos portais governamentais e nas notícias falsas distribuídas via WhatsApp, nas postagens do Facebook, nas legendas – não raro de considerável extensão, entre autoelogios e autocomiseração – no Instagram e é a principal expressão comunicacional no Twitter. A internet promoveu uma oferta textual que não poderia ser sequer sonhada por Gutemberg e sua formidável engenhoca de imprimir palavras. Nos sites jornalísticos, por mais que se invista em formatos multilinguagens<sup>6</sup>, o texto escrito ainda é, de muito longe, a forma preferencial de expressão.

O tempo gasto com livros pode diminuir, mas o tempo gasto na leitura pode realmente aumentar considerando-se toda a leitura envolvida em “novas mídias” com o uso da web, dos blogs textos de e-mail, mensagens, mensagens instantâneas e leitura de texto associado a jogos eletrônicos. Pode-se esperar como resultado desses novos padrões de uso que os livros começarão a ficar mais curtos, na medida em que os(as) usuários(as) de aparelhos digitais tendem a se acostumar com porções menores de informação. (LOGAN, 2012, p.229).

Entre os desafios do escrevente contemporâneo, um destaca-se no ambiente on-line: ser lido. Grandes blocos de texto sugerem monotonia, o insuportável tédio do qual os cérebros fogem. E tão importante quanto atrair o leitor, é manter sua leitura. A divisão do texto em porções torna-se, então, prática estratégica para quem escreve na internet. Os manuais de redação de jornalismo digital recomendam o uso de textos tão curtos quanto possível. Sugerem, se necessário, que fatiemos a reportagem, como faziam os escritores de folhetim, que publicavam seus romances aos pedaços nos jornais do século XIX (afinal, nada é tão novo que já não tenha sido feito). Em seu manual *Como escrever para a web*, iniciativa do Centro Knight para o Jornalismo das Américas, da Universidade do Texas em Austin, Estados Unidos, Guillermo Franco recomenda a estratificação do texto em camadas de informação, de modo que o leitor as receba em porções menores a partir do acesso de hiperlinks. A estratificação seria

a técnica de começar com informações gerais e, em seguida, apresentar links com mais detalhes e informações suplementares. A estratificação é também chamada

---

<sup>6</sup> Parece-me mais adequado, para um ambiente de convergência como a internet, o termo multilinguagem do que multimídia, pois para ela não convergem propriamente as mídias, mas as linguagens que lhes são típicas.

revelação progressiva. Essencialmente, ela se torna uma aproximação dos detalhes. A estratificação é um dos benefícios oferecidos pelo hipertexto (SAMMONS apud FRANCO, 2009, p.66).

Franco postula também que se rompa a uniformidade do texto, justamente para conferir a ele o aspecto fragmentado, mais adequado às expectativas de nosso cérebro saltitante. “Os blocos de texto espantam os usuários, mas há fórmulas para facilitar a leitura: intertítulos, enumerações, diferenciações pela cor...” (FRANCO, 2009, p.121). É uma forma de (des)composição do texto, ou seja, de quebrar sua unidade visual e mesmo sintática em fragmentos menores. E notem que, para Franco, o leitor já não é mais o que fora: está convertido em usuário. Franco não está sozinho. A recomendação de textos mais breves é uma constante nos manuais de redação para a web. Dad Squarisi, em seu *Manual de redação e estilo para mídias convergentes*, elaborado para os Diários Associados, vê a brevidade não como mera tendência da contemporaneidade, mas imposição.

As novas tecnologias da comunicação revolucionaram a escrita. Já não se produzem textos como antigamente, mas econômicas mensagens eletrônicas. E-mails que enchem a tela dão preguiça. São deletados. Texto de celular tem limite – 140 toques. A concisão inspirou o Twitter.

Os esbanjadores verbais têm de se conter. No caso, acreditar que menos é mais. Menos palavras e menos letras é sinônimo de mais informação. Entrar na onda deixou de ser capricho. Tornou-se imposição. A empresa divulga a síntese da notícia pelo microblog. (SQUARISI, 2011, p.65).

### **Tuíte enquanto subgênero discursivo**

Quando Dad Squarisi publicou seu *Manual de redação e estilo para mídias convergentes*, em 2011, o Twitter ainda admitia postagens de no máximo 140 toques<sup>7</sup>. Em novembro de 2017, esse número dobrou para 280. Curiosamente, o tamanho médio de um tuíte não aumentou a partir dali. Pelo contrário, diminuiu: segundo dados do próprio Twitter, o comprimento médio de um tuíte quando a rede social permitia a digitação de apenas 140 caracteres era de 34 caracteres. Um ano depois da ampliação dessa possibilidade para 280 caracteres, em outubro de 2018, o comprimento médio de um tuíte caiu para 33 caracteres. Historicamente, 9% dos tuítes atingiam 140 caracteres. Em outubro de 2018, apenas 1% das postagens na rede social atingia o máximo permitido de 280 caracteres (PEREZ, 2018).

Em dezembro daquele mesmo ano de 2017, quando dobrou o limite do tuíte para 280 caracteres, o Twitter lançou uma nova funcionalidade: o fio (*thread*, em inglês). Em

---

<sup>7</sup> Lançado em 2006, o microblog/rede social Twitter impunha um limite de 140 caracteres às postagens de seus usuários. Esse número foi inspirado no limite de 160 caracteres que a tecnologia dos celulares permitia para as mensagens de texto, as SMS (Short Message Text).

seu blog, a companhia explicou que já vinha notando a tendência de alguns usuários de criar fios com vários tuítes individuais conectados de alguma maneira, de forma a expressar linhas de raciocínio mais complexas ou contar histórias maiores. Mas a “gambiarra” não era muito eficiente, não raro alguns dos fragmentos do fio se perdiam na linha do tempo, e a totalidade do pensamento expressado ficava comprometida. Por isso o microblog propôs o novo recurso, sem entretanto abrir mão do limite de 280 caracteres para cada tuíte.

Facilitamos a criação do fio adicionando um botão de “mais” no compositor de texto, assim você pode conectar seus pensamentos e publicar seus tuítes em forma de fio de uma só vez. Você pode continuar adicionando tuítes a um fio já publicado a qualquer momento, com o novo botão “adicionar novo tuíte”. Também ficou mais fácil identificar um fio – para isso adicionamos um óbvio selo “mostrar essa sequência”. (REDDY, 2017).

Dadas as suas particularidades, podemos considerar o tuíte um gênero textual ou, ainda, um subgênero discursivo<sup>8</sup>. Recorro a Bakhtin, para quem “cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, os quais denominamos *gêneros do discurso*.” (2003, p.262, grifo do autor). Temos um grande “campo de utilização da língua”, o jornalismo, que possui suas práticas “relativamente estáveis de enunciados”, construídas ao longo das décadas como estratégias para uma comunicação eficiente de informações na forma de notícias, reportagens, artigos. O texto jornalístico é, portanto, um gênero discursivo (ou textual). Dentro deste grande campo, podemos identificar outros gêneros (ou subgêneros) que têm seus próprios códigos, suas próprias formas de expressão, ou, novamente conforme Bakhtin, seus “determinados tipos de enunciados estilísticos, temáticos e composicionais relativamente estáveis” (idem, p.266). É o caso, por exemplo, do jornalismo esportivo, que tem seu próprio estilo e seus próprios temas, ou da crônica, que possuiu peculiar forma de composição.

Gêneros discursivos ou textuais não são estanques. Mudam de acordo com as transformações sociais e tecnológicas. Novos gêneros nascem, alimentando-se de antigos, sem no entanto destruí-los. Outros, aparentemente defuntos, ressurgem. São inúmeros os gêneros convivendo simultaneamente na rede, intercambiando potências, contaminando-se mutuamente. O tuíte é um desses gêneros surgidos a partir da digitalização da palavra na era da internet. Nasce da noção de limite físico, o limite de 140 caracteres imposto pelo

---

<sup>8</sup> Não pretendo, no presente esforço, discutir as possíveis diferenças e similaridades entre os conceitos de gênero textual e gênero (ou subgênero) discursivo, ou ainda de texto e discurso. Para esta leitura, tombemos as paredes entre uma e outra noção, transitando numa relação sinonímica.

suporte. Assim, serve-se da brevidade de gêneros e textualidades precedentes – o epigrama, o slogan publicitário, a nota curta de jornal, o bilhete, o telegrama, a manchete, a sinopse, o *hai kai* – e constitui-se como forma textual autônoma. Se os estilos e temas são tão variados quanto as individualidades e interesses dos usuários, é possível dizer que, do ponto de vista composicional, o tuíte conforma um gênero textual-discursivo particular, que lança mão da concisão, da brevidade, da síntese e da precisão na composição de enunciados.

No campo jornalístico, o Twitter é utilizado como plataforma de distribuição de conteúdos por parte das empresas noticiosas, como jornais impressos, rádios, TVs e veículos nativos digitais. Há aqueles que veiculam conteúdos completos e acabados na plataforma (o perfil @nowthisnews, do Group Nine Media, faz isso muito bem), em formato de texto e vídeo. É mais comum, entretanto, que empresas de mídia usem o microblog primordialmente para - além de marcar presença na rede e demonstrar agilidade na publicação de notícias - levar tráfego para seus respectivos sites. Desta forma são postados pequenos conteúdos de texto e imagem (fotografias e conteúdos audiovisuais) que servem como isca que conduzirá o leitor para a notícia ou reportagem que está hospedada no site. Os textos utilizados nesta estratégia pertencem ao grande campo do gênero jornalístico, bem como ao gênero ou subgênero tuíte.

### **Fez-se o fio**

Enquanto microblog e rede social fortemente marcada pelo potencial informativo, o Twitter também é largamente utilizado por jornalistas enquanto “pessoas físicas”. O uso por parte destes profissionais tende a diferir do uso institucional. É fato que repórteres, articulistas, colunistas, editores também usam as postagens com hiperlinks para promover suas próprias produções nos veículos em que trabalham, reforçando a estratégia das corporações noticiosas. Todavia, frequentemente fazem uso mais particular da plataforma. Postam comentários, opiniões. Não raro, produzem textos elaborados, no formato de fios, que esgotam-se em si mesmos, ou seja, encerram-se ali, sem que o leitor/usuário tenha que acessar hiperlinks para alcançar a totalidade do enunciado. A Figura 1 mostra um exemplo de fio, publicado em 22 de fevereiro de 2021 por Téo Benjamin.



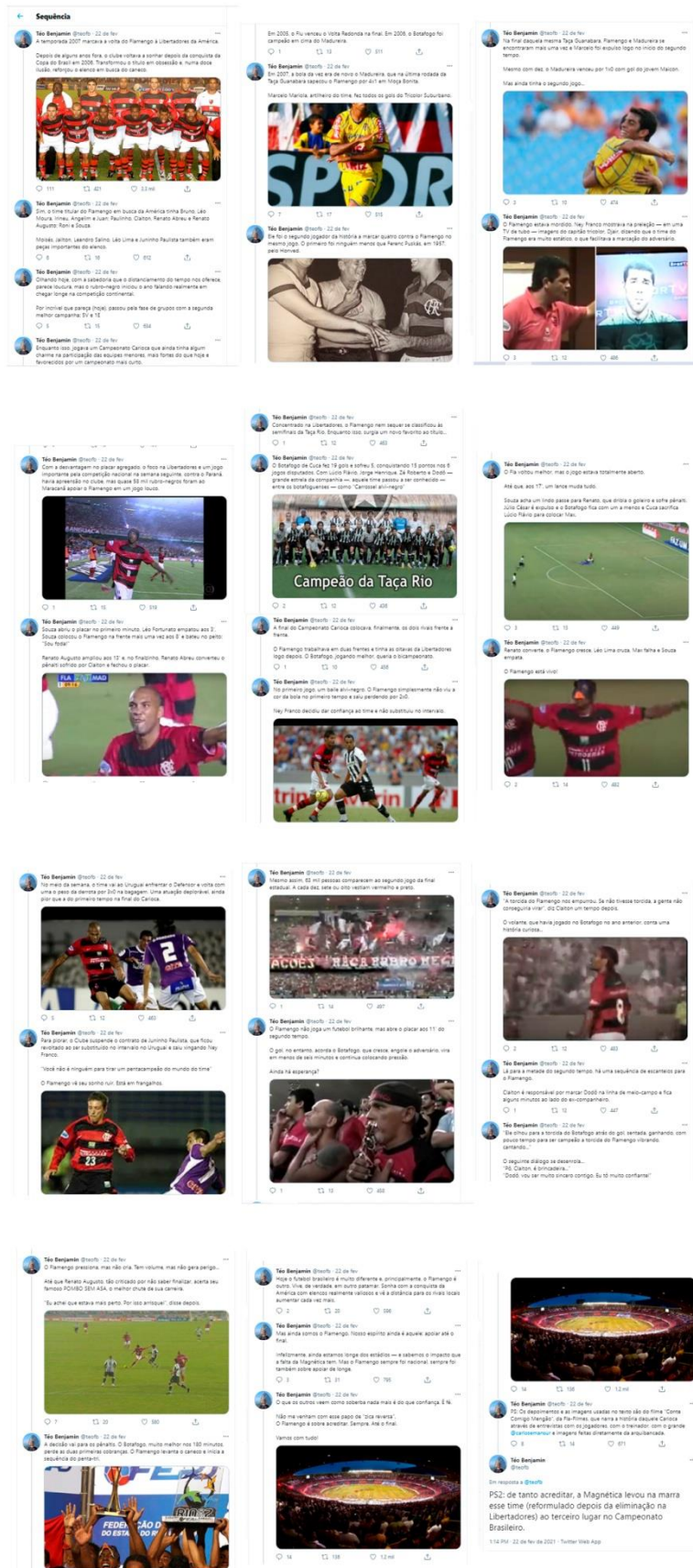


Figura 1 (disponível em <https://twitter.com/teofb/status/1363880981053210636>)

Téo Benjamin não é jornalista. É engenheiro. Frequenta, entretanto, o campo de utilização da língua do jornalismo esportivo. É flamenguista e louco por futebol. Suas análises táticas são utilizadas por profissionais da crônica esportiva, que interagem com ele na rede social num debate profícuo sobre formações de equipes, estratégias de treinadores, desempenho de atletas em suas funções etc. Seu perfil no Twitter (@teofb) tem 59,3 mil seguidores. Na descrição de seu perfil, Teo Benjamin se define: “Escrevo sobre futebol dentro de campo” (TWITTER, 2021). Seu canal no YouTube tem 11,4 mil inscritos, e ali também ele realiza, em vídeo, análises táticas do futebol. É autor ainda do livro *Outro patamar*, em que destrincha as estratégias utilizadas pelo treinador Jorge Jesus no Flamengo campeão brasileiro e da Copa Libertadores da América em 2019. Um engenheiro dado às palavras, como podemos perceber.

O fio de Teo Benjamin que abordamos aqui é composto por 30 tuítes, incluindo aí os dois *post scriptum*. Destes 30, 19 possuem algum tipo de imagem ilustrativa, retiradas do documentário “Conte comigo Mengão”, da Fla-Filmes. Benjamin utilizou 6.683 toques (incluídos os espaços), totalizando 1.138 palavras, para contar como um desacreditado time do Flamengo, aos trancos e barrancos, sagrou-se campeão carioca de 2007 em cima do Botafogo graças à mística de sua camisa e à força de sua torcida. É aproximadamente o tamanho de um texto de página inteira impresso no jornal “Tribuna de Minas”, que tem em média 6 mil caracteres - ou cerca de mil palavras. Os tuítes de Benjamin neste fio não são exatamente breves. Em média, têm extensão de 223 caracteres. Em dois deles, chega à beira do limite, com 279 caracteres; em outro, vai a 277; no mais curto, 99.

Seria leviano tentar afirmar as razões pelas quais Téo Benjamin publicou sua análise em formato de fio, fragmentada, e não em texto corrido convencional, digamos, em um blog. Nem é intenção desta especulação. O que interessa aqui é que, ao compor seu texto/fio em 30 fragmentos/tuítes, como faziam os antigos folhetinistas com seus romances na imprensa, Benjamin atua como quem procedesse a decomposição de um texto maior em unidades menores e interdependentes. Compõe através de uma lógica decomposicional. (Des)compõe, enfim. Voltemos uma penúltima vez a Bakhtin.

Complexas por sua construção, as obras especializadas dos diferentes gêneros científicos e artísticos, a despeito de toda a diferença entre elas e as réplicas do diálogo, também são, pela própria natureza, unidades da comunicação discursiva: também estão nitidamente delimitadas pela alternância dos sujeitos do discurso, cabendo observar que essas fronteiras, ao conservarem a sua *precisão* externa, adquirem um caráter interno graças ao fato de que o sujeito do discurso – neste caso, *o autor* de uma obra – aí revela a sua individualidade no estilo, na visão de

mundo, em todos os elementos da ideia de sua obra. (BAKHTN, 2003, p.279, grifo do autor)

Um fio pode ser considerado como uma unidade de comunicação discursiva que se (de)compõe em unidades de comunicação discursiva menores, visualmente marcadas, os tuítes. Embora o sentido pleno da “obra” só possa ser integralizado na totalidade da leitura, os enunciados (ou unidades discursivas) separados têm sua própria significação, configurando-se como as orações de Bakhtin:

“A oração é um pensamento relativamente acabado, imediatamente correlacionado com outros pensamentos do mesmo falante no conjunto do seu enunciado; ao término da oração, o falante faz uma pausa para passar em seguida ao seu pensamento subsequente, que dá continuidade, completa e fundamenta o primeiro. (BAKHTN, 2003, p.277)

Ao (des)compor seu texto em fragmentos breves, Téo Benjamin corre o risco de que nem todas as suas orações/tuítes sejam lidas. Mas até aí, que escritor/escrevente não corre este risco ao deitar letras aos olhos alheios? Cumpre entender aqui é que a estratégia de (des)composição de um texto relativamente extenso em unidades breves confere à escrita a aparência das pílulas de informação que nossos cérebros irrequietos desejam receber. Uma estratégia que cria, portanto, uma ilusão de brevidade.

### **Por fim**<sup>9</sup>

A maneira como a internet distribui a informação, através de vários suportes e plataformas, em vários formatos e linguagens, privilegiando o efêmero e o imediato, faz com que textualidades breves se aninhem naturalmente em seu território, que é o território do salto, do hiperlink, da hiperatenção. São textualidades que devem trazer em sua estrutura o caráter da síntese e da precisão, mas também da descontinuidade. “Como pensar a leitura diante de uma oferta textual que a técnica eletrônica multiplica mais ainda do que a invenção da imprensa?” (CHARTIER, 2002, p.21). Esta “oferta textual”, muitas vezes, não atende a uma demanda do leitor, mas é imposta a ele na forma de alertas do tipo push em smartphones, ou de pop ups de sites, avisos sonoros de toda sorte que representam “interrupções frequentes que estilhaçam nossos pensamentos” (CARR, 2011, p.183).

---

<sup>9</sup> Enquanto finalizo a presente especulação, aventa-se a possibilidade de o Twitter lançar um serviço de assinatura. Entre as funcionalidades disponíveis estaria um modo de leitura que apresentará o fio como um só texto, num formato, digamos, convencional. Estaríamos então diante de uma estratégia de recomposição daquilo (o fio) que foi originalmente expressado em forma de (des)composição?

No querer dar conta de tudo que nos é oferecido em ritmo fulminante, nossa capacidade de atenção degrada-se em uma atenção estilhaçada. Marshall McLuhan já advertira: “A aceleração é a fórmula para a dissolução e a ruptura de qualquer organização” (1971, p. 287). Se as novas tecnologias da informação, a partir do telégrafo, permitiram a expansão de nosso sistema nervoso central como preconizou McLuhan (idem), hoje nosso cérebro, conectado em rede com o mundo todo através de nossos dispositivos on-line, está sujeito a uma ininterrupta tempestade de mensagens e estímulos sensoriais. Nessa torrente, resta-nos a impaciência e a leitura em saltos, distraída, descontínua, que “busca, a partir de palavras-chave ou rubricas temáticas, o fragmento textual do qual quer apoderar-se (...), sem que necessariamente sejam percebidas a identidade e coerência da totalidade textual que contém esse elemento” (CHARTIER, 2002, p.23).

Usei aqui o fio de Téo Benjamin para ilustrar a (des)composição do texto no formato de fio, mas a prática é corriqueira entre usuários do Twitter, jornalistas ou não. Seja para narrar uma história, contextualizar uma notícia, argumentar em favor de determinado ponto de vista ou ainda para proceder algum tipo de análise, os usuários que lançam mão dos fios adéquam sua composição textual-discursiva – logo, sua forma de pensar – a uma exigência imposta pelo suporte, pelo leitor/usuário e, em última análise, pelo próprio tempo em que vivemos. O recurso nasce como uma forma de fazer caber aquilo que antes não cabia, uma técnica que permite comunicar uma mensagem utilizando mais que os 280 toques permitidos pela plataforma. Uma forma autorizada de “burlar” os limites impostos originalmente pelo próprio microblog. O fio se configura, entretanto, como mais que isso: representa uma possibilidade de reter a atenção do leitor em textos mais longos, oferecendo a ele a informação da maneira que seu cérebro espera recebê-las: breves, fragmentadas, velozes, à feição de sua permanente distração. É, em última análise, uma forma de ludibriar o frenético cérebro leitor.

## REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

CARR, Nicholas. **A geração superficial: o que a internet está fazendo com os nossos cérebros**. Trad. Mônica Gagliotti Fortunato Friaça. Rio de Janeiro: Agir, 2011.

FRANCO, Guillermo. **Como escrever para a web**. Trad. Marcelo Soares. Austin: Centro Knight para o Jornalismo nas Américas, 2009. Disponível em: <<https://journalismcourses.org/pt-br/ebook/como-escrever-para-a-web/>> Acesso em 26 de maio de 2021.

SQUARISI, Dad. **Manual de redação e estilo para mídias convergentes**. São Paulo: Geração Editorial, 2011.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Trad. Enio Paulo Giachini. Petrópolis: Vozes, 2020.

HAYLES, Katherine. **How we think: digital media and contemporary technogenesis**. Chicago: The University of Chicago, 2012.

LOGAN, Robert K. **Que é informação? A propagação da organização na biosfera, na simbiosfera, na tecnosfera e na econosfera**. Trad. Adriana Braga. Rio de Janeiro: Contraponto/PUC Rio, 2012.

MARINETTI, Filippo Tommaso. **Manifesto futurista**. *Blog Ubu Editora*. São Paulo, 1909. Disponível em: <<https://blog.ubueditora.com.br/manifesto-futurista/>> Acesso em 25 de maio de 2021.

MCLUHAN, Marshall. **A Galáxia de Gutenberg: a formação do homem tipográfico**. São Paulo: Editora da Universidade de S. Paulo, 1972.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1971.

NIELSEN, Jakob. **F-shaped pattern for reading web content**. *Nielsen Norman Group*. Fremont, 2006. Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content-discovered/>> Acesso em 27 de maio de 2021.

PEREZ, Sarah. **Twitter's doubling of character count from 140 to 280 had little impact on length of tweets**. *Tech Crunch*. 2018. Disponível em: <<https://techcrunch.com/2018/10/30/twitters-doubling-of-character-count-from-140-to-280-had-little-impact-on-length-of-tweets/>> Acesso em 26 de maio de 2021.

PERNICE, Kara. **F-Shaped pattern of reading on the web: misunderstood, but still relevant (even on mobile)**. *Nielsen Norman Group*. Fremont, 2017. Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>> Acesso em 25 de maio de 2021.

REDDY, Sasank. **Nice Threads.** *Twitter Blog*. 2017. Disponível em: < [https://blog.twitter.com/official/en\\_us/topics/product/2017/nicethreads.html](https://blog.twitter.com/official/en_us/topics/product/2017/nicethreads.html) > Acesso em 26 de maio de 2021.

SOUZA, Maria Cristina dos Santos. **O Fragmento ou Aforismo: a expressão do pensamento da natureza tanto para os poetas românticos alemães quanto para Nietzsche.** In: ---. *Revista Trágica: Estudos sobre Nietzsche*: Curitiba: UFPR, 2008. p. 76-83. Disponível em: < <https://revistas.ufrj.br/index.php/tragica/article/view/23877> >. Acesso em 27 de maio de 2021.

TWITTER TÉO BENJAMIN. 2021. Disponível em: < <https://twitter.com/teofb> > Acesso em 3 de junho de 2021.

WOLF, Maryanne. **O cérebro no mundo digital.** São Paulo: Contexto, 2019.