

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Bernardo Abbad da Rocha

**SIGA O FIO: AS POSSIBILIDADES DA NARRATIVA
JORNALÍSTICA A PARTIR DA *THREAD* NO *TWITTER***

Santa Maria, RS
2022

Bernardo Abbad Da Rocha

**SIGA O FIO: AS POSSIBILIDADES DA NARRATIVA JORNALÍSTICA A
PARTIR DA *THREAD* NO *TWITTER***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, área de concentração Comunicação Midiática, linha de pesquisa Mídias e Identidades Contemporâneas, como requisito parcial para obtenção do título de **Mestre em Comunicação**.

Orientador: Prof. Dr. Reges Toni Schwaab

Santa Maria, RS
2022

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001

da Rocha, Bernardo Abbad
Siga o fio: as possibilidades da narrativa
jornalística a partir da thread no Twitter / Bernardo
Abbad da Rocha.- 2022.
117 p.; 30 cm

Orientador: Reges Toni Schwaab
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Marta, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de
Pós-Graduação em Comunicação, RS, 2022

I. Jornalismo 2. Narrativa 3. Twitter 4. Thread 5.
Folha de S. Paulo I. Toni Schwaab, Reges II. Título.

Sistema de geração automática de ficha catalográfica de UFPM. Dados fornecidos pelo autor(s). Sob supervisão da Direção da Divisão de Processos Técnicos da Biblioteca Central. Bibliotecária responsável Paula Schoenfeldt Patta CRB 10/1728.

Declaro, BERNARDO ABBAD DA ROCHA, para os devidos fins e sob as penas da lei, que a pesquisa constante neste trabalho de conclusão de curso (Dissertação) foi por mim elaborada e que as informações necessárias objeto de consulta em literatura e outras fontes estão devidamente referenciadas. Declaro, ainda, que este trabalho ou parte dele não foi apresentado anteriormente para obtenção de qualquer outro grau acadêmico, estando ciente de que a inveracidade da presente declaração poderá resultar na anulação da titulação pela Universidade, entre outras consequências legais.

Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Departamento de Ciências da Comunicação
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova a Dissertação de Mestrado

**SIGA O FIO: AS POSSIBILIDADES DA NARRATIVA JORNALÍSTICA A
PARTIR DA *THREAD* NO *TWITTER***

elaborada por

Bernardo Abbad da Rocha

Como requisito parcial para a obtenção do grau de
Mestre em Comunicação

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof. Dr. Reges Toni Schwaab, (UFSM)
Presidente/orientador

Profa. Dra. Laura Strelow Storch, (UFSM)

Profa. Dra. Suzana Oliveira Barbosa, (UFSM)

Santa Maria, RS
2022

NUP: 23081.061947/2022-53		Prioridade: Normal
Homologação de ata de banca de defesa de pós-graduação 134.332 - Bancas examinadoras: indicação e atuação		
COMPONENTE		
Ordem	Descrição	Nome do arquivo
1	Ata de defesa de dissertação/tese (134.332)	ata apos defesa para envia de ass.pdf
Assinaturas		
08/06/2022 05:51:48 REGES TONI SCHWAAB (PROFESSOR DO MAGISTÉRIO SUPERIOR) 33.23.00.00.0.0 - DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - UFSM-FW - DECOM-UFSM-FW		
15/06/2022 11:50:03 SUZANA OLIVEIRA BARBOSA (Pessoa Física) Usuário Externo (582.***.***.**)		
23/06/2022 10:27:47 LAURA STRELOW STORCH (PROFESSOR DO MAGISTÉRIO SUPERIOR) 06.31.00.00.0.0 - DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - DCCOM		
<p>Código Verificador: 1516385</p> <p>Código CRC: 61c21898</p> <p>Consulte em: https://portal.ufsm.br/documentos/publico/autenticacao/assinaturas.html</p>		

AGRADECIMENTOS

Seria impossível escrever estes agradecimentos sem que um turbilhão de sentimentos passasse por meu coração, corpo, mente e alma. Encarar dois anos de um curso de Mestrado e a produção desta dissertação, quase que inteiramente durante uma pandemia global (com direito a um positivo para Covid-19 na reta final), se mostraram tarefas ainda mais árduas do que eu um dia pudesse esperar. Foram incontáveis os desejos de deixar tudo pelo caminho, uma vez que as diversas dificuldades pareciam se sobrepôr constantemente aos aprendizados na Academia e ao dito prazer da pesquisa. Devo muito a uma rede social pequena, mas poderosa, o fato de eu estar aqui hoje escrevendo estes agradecimentos, após a produção de 120 páginas de muito trabalho, noites insones, desespero, ansiedade, mas que também carregam consigo muito orgulho e sentimento de pertencimento.

Agradeço primeiramente ao Professor Reges Schwaab, pelas orientações ao longo de todo esse período. Mesmo sem nos conhecermos pessoalmente, sua segurança, conhecimento, empatia e, acima de tudo, compreensão, permitiram que o Mestrado e a pesquisa fossem, sim, experiências prazerosas. Sem ele, não teria pesquisa.

Agradeço ao apoio de todos os meus familiares, amigos e colegas, sobretudo o de minha amada e orgulhosa mãe; que, mesmo sem nem entender exatamente do que se tratava minha pesquisa, esteve comigo, segurando minha mão em todos os momentos, se mostrando disposta a resolver todos os problemas que surgiriam pelo caminho. Agradeço muito ao destino pelos reencontros com a Isadora e o Vítor no Mestrado, cuja companhia, mesmo que virtual, tornou-se indispensável para compartilhar os momentos bons e os horríveis dessa nossa jornada conjunta. Agradeço pela permanência constante ao meu lado dos presentes da faculdade: Cristina e Malu. Agora, para os amigos de sempre, sinto que estou reescrevendo os agradecimentos do TCC. Gerônimo, Julia (e Catarina), Bruna e Duda: minha gratidão eterna por caminharem junto comigo há tanto tempo. Tem muito de vocês nessas páginas também.

Agradeço a todos os já citados, e especialmente minha psicóloga, pelo carinho e atenção com minha saúde mental, constantemente fragilizada e

desafiada nesse processo todo. Com certeza envelheci alguns anos, porém aprendi tantas coisas... e também ensinei: aos outros e, sobretudo, a mim mesmo.

Agradeço também à Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), a nossa universidade pública, gratuita e de qualidade, que, mesmo apenas virtualmente desta vez, ainda seguiu me enchendo de orgulho e esperança em um futuro melhor para a Educação e a Ciência no Brasil. Reconheço aqui também a importância do financiamento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), que possibilitou financeiramente a minha formação como Mestre.

Por fim agradeço a todos que colaboraram de alguma forma para a realização desta pesquisa, como o Editor de Interação e Redes Sociais da *Folha*, Mateus Camillo. Agradeço profundamente a contribuição da banca durante a fase de qualificação do trabalho, principalmente na figura da Professora Laura Storch, que está comigo desde o início da graduação, em 2015. Tem sido uma jornada e tanto. Já aproveito para agradecer também a participação da Professora Suzana Barbosa, que se junta à Prof. Laura na banca da defesa final.

Sozinho somos nada. Gratidão!

RESUMO

SIGA O FIO: AS POSSIBILIDADES DA NARRATIVA JORNALÍSTICA A PARTIR DA *THREAD* NO *TWITTER*

AUTOR: Bernardo Abbad da Rocha
ORIENTADOR: Prof. Dr. Reges Toni Schwaab

O presente trabalho analisa as narrativas jornalísticas em uma mídia social específica: o *Twitter*. Observa-se que a *thread* (ou sequência de *tweets*) - recurso nativo da mídia social supracitada – vem sendo utilizada, inclusive por veículos da mídia de referência, como uma possibilidade de criação e/ou circulação de narrativas jornalísticas neste espaço digital. A pesquisa tem por objetivo principal identificar de que maneira as *threads* do *Twitter* são utilizadas para a produção e circulação de narrativas jornalísticas. Já como objetivos específicos, se pode elencar: compreender possíveis transformações da narrativa jornalística no *Twitter*, observar de que maneiras a estrutura da *thread* é apropriada pelo jornalismo; e compreender o uso das *threads* no *Twitter* pelo jornal *Folha de S. Paulo*. O movimento teórico-metodológico trabalha uma leitura narrativa da utilização do recurso em questão pelo jornal *Folha de S. Paulo*, por meio da análise de sequências de *tweets* publicadas na chamada “*thread* de todas as *threads*”, alimentada pelo veículo em seu perfil no *Twitter*. Para tanto, o percurso metodológico baseia-se, em um primeiro momento, nas técnicas de Análise de Conteúdo, conforme propostas por Laurence Bardin (2016), a fim de organizar e categorizar a seleção de um *corpus* de 85 *threads*. Em um segundo momento, lança-se mão, também, da Análise Crítica da Narrativa, de Luiz Gonzaga Motta (2013), analisando o material principalmente no plano da expressão da narrativa, uma das instâncias analíticas propostas pelo autor. Também foi realizada uma entrevista com Mateus Camillo, Editor de Interação e Redes Sociais da *Folha*, permitindo o cotejamento de algumas questões suscitadas pelos movimentos anteriores da análise. Dentre os resultados trabalhados a partir do estudo, destaca-se que o jornal *Folha de S. Paulo* utiliza as *threads* do *Twitter* de diversas maneiras, visando a criação e circulação de suas próprias narrativas jornalísticas. A análise de um *corpus* de 85 sequências narrativas produzidas pela *Folha de S. Paulo* em seu perfil no *Twitter* permitiu constatar que as mesmas são utilizadas pelo jornal de forma a atrair leitores e também produzir e circular conteúdos que em outras mídias, como o jornal impresso e o próprio site, não seria possível. A partir de uma extensa análise, com a observação e a categorização do *corpus*, observou-se seis distintos e possíveis usos das *threads* para criar e/ou circular narrativas jornalísticas, agrupados em categorias. Seja para reorganizar cronologicamente determinados fatos ou para se aprofundar em determinado tema procurou-se identificar e discorrer sobre esses diversos usos narrativos das *threads* do *Twitter* pelo jornalismo.

Palavras-chave: Jornalismo; Narrativa; *Twitter*; *Thread*; *Folha de S. Paulo*.

ABSTRACT

FOLLOW THE *THREAD*: THE POSSIBILITIES OF JOURNALISTIC NARRATIVE FROM THE *TWITTER THREAD*

AUTHOR: Bernardo Abbad da Rocha
ADVISOR: Prof. Dr Reges Toni Schwaab

The present work analyzes journalistic narratives in a specific social media: *Twitter*. It is observed that the *thread* (or sequence of *tweets*) - a native resource of the aforementioned social media - has been used, including by reference media vehicles, as a possibility of creating and/or circulating journalistic narratives in this digital space. The main objective of the research is to identify how *Twitter threads* are used for the production and circulation of journalistic narratives. As specific objectives, we can list: understand possible transformations of journalistic narrative on *Twitter*, observe in what ways the *thread* structure is appropriated by journalism; and understand the use of *threads* on *Twitter* by the newspaper *Folha de S. Paulo*. The theoretical-methodological movement works a narrative reading of the use of the resource in question by the newspaper *Folha de S. Paulo*, through the analysis of sequences of *tweets* published in the so-called "*thread of all threads*", fed by the vehicle in its profile on *Twitter*. Therefore, the methodological approach is based, at first, on Content Analysis techniques, as proposed by Laurence Bardin (2016), in order to organize and categorize the selection of a corpus of 85 *threads*. In a second moment, Luiz Gonzaga Motta's Critical Analysis of Narrative (2013) is also used, analyzing the material mainly in terms of narrative expression, one of the analytical instances proposed by the author. An interview was also carried out with Mateus Camillo, Editor of Interaction and Social Networks at *Folha*, allowing the comparison of some questions raised by the previous movements of the analysis. Among the results worked from the study, it is highlighted that the newspaper *Folha de S. Paulo* uses *Twitter threads* in different ways, aiming at the creation and circulation of its own journalistic narratives. The analysis of a corpus of 85 narrative sequences produced by *Folha de S. Paulo* on its *Twitter* profile showed that they are used by the newspaper in order to attract readers and also produce and circulate content that in other media, such as the printed newspaper. and the website itself, would not be possible. From an extensive analysis, with the observation and categorization of the corpus, different uses of *threads* to create and/or circulate journalistic narratives were observed, which were grouped into seven categories. Whether to chronologically reorganize certain facts or to delve into a certain topic, we sought to identify and discuss these various narrative uses of *Twitter threads* by journalism.

Keywords: Journalism; Narrative; *Twitter*; *Thread*; *Folha de S. Paulo*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Seção #Explorar do <i>Twitter</i>	30
Figura 2: Primeiro <i>tweet</i> da <i>thread</i>	46
Figura 3: Segundo <i>tweet</i> da <i>thread</i>	47
Figura 4: Quinto <i>tweet</i> da <i>thread</i>	48
Figura 5: Oitavo <i>tweet</i> da <i>thread</i>	49
Figura 6: Último <i>tweet</i> da <i>thread</i>	51
Figura 7: Número de <i>threads</i> publicadas pela <i>Folha de S. Paulo</i>	63
Figura 8: Primeiro exemplo de <i>thread</i> de Explicação/Aprofundamento	65
Figura 9: Segundo exemplo de <i>thread</i> de Explicação/Aprofundamento	67
Figura 10: Terceiro exemplo de <i>thread</i> de Explicação/Aprofundamento	69
Figura 11: Quarto exemplo de <i>thread</i> de Explicação/Aprofundamento	70
Figura 12: Primeiro exemplo de <i>thread</i> de Especial/Série de Reportagens	72
Figura 13: Segundo exemplo de <i>thread</i> de Especial/Série de Reportagens	73
Figura 14: Terceiro exemplo de <i>thread</i> de Especial/Série de Reportagens	74
Figura 15: Primeiro exemplo de <i>thread</i> de Cronologia dos Fatos	75
Figura 16: Segundo exemplo de <i>thread</i> de Cronologia dos Fatos	77
Figura 17: Terceiro exemplo de <i>thread</i> de Cronologia dos Fatos	78
Figura 18: Primeiro exemplo de <i>thread</i> de Listagem	81
Figura 19: Segundo exemplo de <i>thread</i> de Listagem	82
Figura 20: Terceiro exemplo de <i>thread</i> de Listagem	83
Figura 21: Primeiro exemplo de <i>thread</i> de Autorreferencialidade	84
Figura 22: Segundo exemplo de <i>thread</i> de Autorreferencialidade	85
Figura 23: Terceiro exemplo de <i>thread</i> de Autorreferencialidade	86
Figura 24: Primeiro exemplo de <i>thread</i> de Cobertura de Eventos	89
Figura 25: Segundo exemplo de <i>thread</i> de Cobertura de Eventos	90
Figura 26: Terceiro exemplo de <i>thread</i> de Cobertura de Eventos	91
Figura 27: Quarto exemplo de <i>thread</i> de Cobertura de Eventos	92

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. JORNALISMO E INTERNET	21
2.1 A PLATAFORMIZAÇÃO DO JORNALISMO.....	21
2.2 JORNALISMO E MÍDIAS SOCIAIS	24
2.3 O <i>TWITTER</i>	28
3. JORNALISMO E NARRATIVIDADES	33
3.1 NARRATIVAS JORNALÍSTICAS	33
3.2 NARRATIVAS DIGITAIS	36
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	39
4.1 A <i>FOLHA DE S. PAULO</i>	40
4.1.1 As <i>threads</i> da <i>Folha</i>	42
4.2 APORTES PARA A ANÁLISE	53
4.2.1 O <i>corpus</i>	62
5. ANÁLISE	64
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	97
REFERÊNCIAS	103
APÊNDICE A – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM MATEUS CAMILLO, EDITOR DE INTERAÇÃO E REDES SOCIAIS DA <i>FOLHA DE S. PAULO</i>	106

1. INTRODUÇÃO

Não é difícil assimilar o fato de que muitos jovens e crianças, na atualidade, provavelmente nunca tenham lido ou tido contato cotidiano com um jornal impresso – e provavelmente nem terão. A ideia de aguardar a publicação e a circulação de um periódico e folhear inúmeras páginas para, enfim, ter acesso a informações do mundo, pode parecer improvável para a chamada “geração Z”. Por que ir até uma banca de jornal, se tudo que se precisa e se busca, inclusive as notícias, estão na palma das mãos? As constantes evoluções sociais, econômicas e, sobretudo, tecnológicas de um mundo globalizado fizeram com que a vida de muitas pessoas fosse transformada para sempre. A ampliação do uso da internet e a emergente proliferação das plataformas digitais revolucionam diariamente as maneiras de comprar, socializar e, inclusive, de se informar.

Conforme Silva et al. (2020), as inovações tecnológicas e as mudanças provocadas pelas mídias digitais e a internet na sociedade tiveram consequências radicais também no jornalismo. Até mesmo os mais tradicionais veículos de comunicação, como os outrora prestigiados jornais impressos, vêm buscando, de alguma forma, também se adaptar a essa nova realidade; em um movimento que se mostra cada vez mais indispensável para a criação, circulação e recepção de conteúdo jornalístico. A própria lógica de trabalho das redações passa por mudanças frequentes, seja nas rotinas produtivas de jornalistas, nas decisões editoriais e até mesmo nas estratégias aplicadas pelos veículos para se sobressair no ambiente digital (SILVA et al., 2020). Logo, é possível constatar que a internet e as novas tecnologias influem não somente na otimização do trabalho dos jornalistas, mas também permitem a maior participação da audiência, por exemplo.

Nesse cenário de transposição para uma “nova realidade digital”, um dos principais aspectos do jornalismo pode enfrentar dificuldades durante a adaptação: seu próprio texto. Acontecimentos, histórias e biografias são narrados pelo jornalismo desde seus primórdios. Tais narrativas, sejam elas longas ou breves, como nas notícias, por exemplo, são, talvez, o maior elo do

jornalista com seu público leitor, uma vez que buscam, por meio de palavras, imagens e sons, não somente relatar um ocorrido importante, mas, muitas vezes, também tornar o leitor parte da própria narrativa. É através desse texto, que apesar de muitas vezes visar primeiramente atender a estruturas pré-estabelecidas, é cheio de estratégias, detalhes, subjetividades, conexões e informações, que o leitor absorve discursos que fomentam a criação e manutenção das suas próprias convicções e conhecimentos sobre o mundo. Pode-se inferir, então, que a narrativa jornalística não busca somente informar, mas também incluir seu leitor em si mesma. Não seriam, então, as mídias sociais um espaço vital para essas narrativas? Afinal, é ali que estão seus novos (e também os velhos) leitores. Percebe-se, então, que essas narrativas precisam se reconfigurar, se transformar, para também se fazerem presentes em um ambiente onde o “menos é mais”; e onde é priorizada a velocidade e o imediatismo da produção e recepção de informações que, em muitos casos, podem nem estar mais disponíveis depois de 24 horas.

A internet tem transformado não só a forma como as pessoas acessam o conteúdo jornalístico, mas toda a cadeia de produção de notícias. Essa relação Jornalismo x Internet, embora já antiga, vem se mostrando cada vez mais intrínseca, levando em consideração a crescente necessidade de circulação de conteúdo jornalístico nas mídias sociais, por exemplo. De acordo com o recente relatório da *Reuters*, o *Digital News Report*¹, lançado em junho de 2022, as mídias sociais e veículos jornalísticos *on-line* seguem consolidados como a principal fonte de informação para 64% brasileiros; à frente da TV, por exemplo. *YouTube*, *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp* e *Twitter* foram citados no relatório como amplamente utilizadas por seus usuários também para acessar conteúdo noticioso e jornalístico; com o *Twitter* subindo uma posição e tornando-se a quinta mídia social mais usada, em geral, no país. O celular é o dispositivo preferido para 3 de cada 4 brasileiros para acessar tais mídias sociais. O relatório também aponta o rápido avanço do processo de digitalização dos veículos de comunicação impressos: nos primeiros dois meses de 2021, as assinaturas digitais representavam 59% da circulação dos

¹ Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/brazil> Acesso em: 10 jul. 2022.

dez jornais mais vendidos no Brasil; no fim do ano, já eram 67%. É vital ter em conta, nesse caso, que o *Twitter*, foco do presente trabalho, antes de ser uma popular mídia social, é uma plataforma, criada e remodelada a partir de um ambiente digital, que vem passando por transformações constantes, decorrentes de diversos fatores sociais, tecnológicos e mercadológicos.

Com a crescente necessidade da circulação dos conteúdos jornalísticos na internet, os veículos passam a depender cada vez mais das ferramentas, publicidade e dados das grandes plataformas, resultando em uma produção de conteúdo cada vez mais condicionada a elas. O jornalismo, que reconhece a necessidade de sua inserção no ambiente digital, acaba reconfigurando-se pelas diversas lógicas (tecnológicas, organizacionais e, também, narrativas) já estabelecidas pelo meio; e as mesmas acabam impactando as próprias lógicas de produção e circulação do jornalismo nesse ambiente. Conforme Carlos D'Andréa (2020), entretanto, há uma lógica nas plataformas, incorporada ao fazer jornalístico, que não pode ser ignorada, haja visto que o jornalismo, em muitos casos, se apropria de recursos e de especificidades nativas das mesmas para criar e circular seu conteúdo.

Observa-se uma espécie de estratégia, na qual o jornalismo, então, se apropria de recursos e ferramentas nativas das mídias sociais, de forma a conseguir produzir e circular seu conteúdo de forma satisfatória em tal espaço, por mais que sejam necessárias adaptações. Os *stories*² do *Instagram*, com todas suas particularidades, por exemplo, têm sido utilizados pelo jornal *O Estado de S. Paulo* para circulação dos conteúdos publicados inicialmente no site do jornal e também para criação de conteúdo inédito, de acordo com as possibilidades da ferramenta. Conforme mencionado, constata-se a ocorrência de um processo de apropriação desses recursos pelo jornalismo, como é também o caso das *threads* (sequências de *tweets*) no *Twitter*, recurso apresentado e analisado mais profundamente neste trabalho.

Considerando esse panorama, o presente trabalho tem foco nas narrativas jornalísticas e sua inserção e publicação no contexto específico do *Twitter*. O tema de pesquisa abarca os conceitos e as questões a serem

² Função que permite aos usuários do *Instagram* a publicação de fotos e vídeos rápidos, que só podem ser visualizados por um período curto de tempo, pois saem do ar em 24 horas.

trabalhadas e observadas na investigação, como as mídias sociais, o movimento de reconfiguração do jornalismo ao se inserir no ambiente digital, e, por fim, o foco na questão narrativa, por meio da análise do recurso da *thread* do *Twitter*. A pergunta que define o **problema de pesquisa** é: como se dá a narrativa jornalística nas *threads* do *Twitter*? O **objetivo geral** do trabalho é identificar de que maneiras as *threads* do *Twitter* são utilizadas para a produção e circulação de narrativas jornalísticas. Já como **objetivos específicos**, se pode elencar: a) compreender possíveis transformações da narrativa jornalística no *Twitter*; b) observar modos de apropriação da estrutura da *thread* pelo jornalismo; e c) compreender os aportes que o uso das *threads* no *Twitter* pelo jornal *Folha de S. Paulo* trazem para os estudos da narrativa jornalística.

Luiz Gonzaga Motta (2017), no texto “Rumo a uma teoria da narrativa jornalística?”, prefácio da obra “Narrativas midiáticas contemporâneas: perspectivas epistemológicas”, lança uma provocação sobre a possibilidade de delimitação dos estudos de narrativas jornalísticas como um campo dotado de relativa autonomia. Afinal, segundo Motta (2017), os cursos de jornalismo, possivelmente pressionados pela limitação da objetividade, relutaram por muito tempo em compreender o seu objeto como uma narrativa. Porém, isso vem mudando de forma expressiva nos últimos anos. De acordo com Motta (2017, p.8), “nos estudos do jornalismo, a análise da narrativa tornou-se uma disciplina específica para responder às questões particulares”, desenvolvendo metodologias próprias e adequando-se às constantes transformações do mundo empírico-profissional; incluindo a internet e as redes sociais, foco desta pesquisa.

Motta (2017, p.8) expõe que “qualquer que seja o seu suporte, o jornalismo é obviamente uma prática narrativa”, e seus produtos, sejam eles a notícia tradicional, a reportagem, o audiovisual e inclusive os *posts* nas redes sociais, “são relatos ainda que produzam significados parciais, fragmentados e efêmeros”. Afinal, esse processo de mediação dos acontecimentos, seja pelo meio de comunicação que for, perpassa diretamente as narrativas jornalísticas, principalmente nessa arquitetura comunicacional digital contemporânea, onde se observa uma produção e circulação cada vez mais veloz das informações.

Constata-se também a notória dificuldade em compreender e estudar o jornalismo como uma narrativa; haja visto que a mesma expõe um caráter que,

a priori, se opõe à objetividade tão almejada por essa forma de comunicação: a subjetividade. Afinal, como diz Motta (2017), os jornalistas não contam histórias, eles buscam reproduzir fielmente os fatos. Logo, se percebe o quão desafiadora se apresenta essa perspectiva de observar o jornalismo enquanto narrativa, ainda mais no ambiente digital; com suas diversas plataformas, redes e lógicas próprias de organização e circulação.

Conforme citado, Motta (2017) aponta que os estudos e a pesquisa da narrativa jornalística estão ainda longe de constituir um campo de estudos autônomo, haja visto que o momento que o mesmo atravessa apenas rompeu o desconhecimento inicial; e os estudos desenvolvidos até agora ainda devem ser vistos como pioneiros, frutos de uma sondagem inicial. Porém, a partir de reflexões e observações acerca das relações entre as narrativas jornalísticas e o ambiente digital, na construção desta pesquisa constataram-se diversas possibilidades de análise e estudo, que, por sua vez, se mostram pertinentes principalmente no sentido de avançar nessa concepção e constituição da pesquisa de narrativas jornalísticas enquanto campo teórico e autônomo. Logo, o presente trabalho problematiza o fazer jornalístico em uma mídia social específica, o *Twitter*, partindo do pressuposto de que as narrativas jornalísticas também são produzidas e circuladas³ nesse espaço.

Ao perceber a inserção de veículos da mídia de referência e jornalistas, sejam eles filiados a veículos ou *freelancers*, bem como as maneiras pelas quais se dão a criação e circulação de conteúdo jornalístico no *Twitter*, é possível constatar algumas particularidades na relação entre as duas partes. Conforme mencionado, o próprio jornalismo e seu fazer vêm passando por regulares mudanças, principalmente no que refere a sua interação nesse contexto digital. É justamente para essas transformações e particularidades, oriundas do contato do jornalismo com as mídias sociais, que a presente pesquisa se propõe a olhar, de uma maneira mais aprofundada.

³ Conforme Zago (2014), no contexto do jornalismo, a circulação engloba a distribuição do material jornalístico, mas vai além; enquanto um modelo de distribuição tem como objetivo um mero consumo de informações, um modelo de circulação busca também a participação de seus leitores. Para Zago (2014), o termo circulação pode ser usado para se referir ao processo de distribuição e circulação de conteúdo jornalístico, considerando uma relação de complementaridade entre as duas formas de divulgação desse conteúdo. É neste sentido que o termo é considerado no presente trabalho.

Em um primeiro momento, tendo posto que o principal objeto a ser aqui analisado engloba uma plataforma digital, que abriga uma popular mídia social, percebe-se a necessidade de atentar também para as suas particularidades, a fim de melhor compreender de que maneira as mesmas afetam o jornalismo. Nesse sentido, observa-se um movimento de apropriação das ferramentas, recursos e especificidades de uma mídia social, o *Twitter*, pelo jornalismo, para criar e circular seu conteúdo. Um desses recursos ganha destaque no presente trabalho: o da *thread* (sequência de *tweets*) ou fio, ferramenta que permite a anexação de várias outras publicações à primeira.

Este recurso da sequência de mensagens permite a criação de uma forma narrativa nesse ambiente digital; e se mostra extremamente proveitoso ao jornalismo apropriar-se do mesmo, a fim de obter uma nova maneira de produzir e circular suas narrativas em um espaço que, a princípio, não foi feito para elas. Segundo Resende (2011), os estudos da narrativa no e do jornalismo não podem deixar de atentar para o fato de que o avanço tecnológico exacerba a produção, diversificando e aumentando a pluralidade de modos e lugares de narrar. Entretanto, é indispensável atentar para o fato de que as narrativas, quando publicadas em um ambiente digital como as mídias sociais, estão intrinsecamente relacionadas com espaços, estruturas, formas e temporalidades que bastante diferem das narratividades observadas em outros meios de comunicação como o jornal impresso e o rádio, por exemplo (MOTTA, 2013; 2017). As narrativas jornalísticas “tradicionais” se complexificam e se modificam no ambiente digital, devido às diversas possibilidades que surgem por intermédio de características próprias de tais mídias, como o *Twitter*, nesse caso.

Levando em consideração a questão de possibilidades narrativas nas mídias sociais, uma observação inicial do objeto permitiu, então, constatar um expressivo uso das *threads* pelos usuários do *Twitter* e, mais recentemente, também por veículos da mídia de referência, jornalistas filiados à ela e independentes, enquanto ferramenta criadora e potencializadora de narrativas jornalísticas, fato que será explorado e analisado nesta pesquisa.

A análise mais aprofundada não só das mídias sociais, como o *Twitter*, como espécie de “meio de comunicação emergente”, mas também de seus recursos e ferramentas próprias e peculiaridades, se mostra extremamente

pertinente no momento atual do jornalismo. Com o fazer jornalístico e sua circulação em constante transformação, se faz importante explorar esses fenômenos que, por mais que possam se mostrar passageiros ou de pouco impacto a longo prazo, ainda são muito importantes para exemplificar como o jornalismo está se repensando em um momento de constante mudança. Esta pesquisa se mostra importante para os meios acadêmico e profissional, uma vez que procura compreender de forma mais aprofundada quais são e como funcionam os principais recursos apresentados pelas plataformas e mídias sociais atualmente, o que possibilita um melhor uso dos mesmos por profissionais da comunicação. Também é importante apontar que pesquisas como esta, que atentam para as transformações constantes e emergentes do próprio campo, possibilitam aprofundamentos e ineditismos teóricos e bibliográficos extremamente necessários para pesquisas futuras de temática similar. A escolha das *threads* também se mostra pertinente, tendo em vista a grande popularidade das mesmas. Inúmeras sequências de *tweets* de usuários do *Twitter* têm viralizado e chamado atenção nos últimos anos: uma narrativa pessoal contada por um jovem usuário na mídia social, por meio de uma *thread*, inclusive deu origem à série da TV Globo, *Eu, a Vó e a Boi*⁴.

Com a popularização do uso do recurso, não tardou para surgirem casos de veículos da mídia de referência e jornalistas também lançando mão do recurso em seus perfis. A jornalista e correspondente internacional da TV Globo nos EUA Raquel Krahenbuhl, optou por utilizar o recurso para informar aos seus seguidores uma lista de todos os líderes mundiais que já haviam parabenizado o recém-eleito Presidente dos Estados Unidos, Joe Biden. Conforme novas conversas entre os chefes de nação iam ocorrendo, a jornalista acrescentava mais um *tweets* à sequência. Foi possível observar também uma ampla utilização do recurso para realizar coberturas de eventos em tempo real, resgatar conteúdos já produzidos pelo veículo/jornalista (a

⁴ Trata-se de uma série de televisão brasileira produzida pelos Estúdios Globo e lançada pelo serviço de *streaming Globoplay* em 29 de novembro de 2019, posteriormente sendo exibida na TV Globo de 22 até 26 de novembro de 2021. Foi baseada em uma *thread* publicada por Eduardo Hanzo em seu *Twitter*, em 2017, onde contava a história das constantes brigas entre sua avó e sua vizinha, chamada por sua avó de "boi". A história viralizou na internet e acabou sendo vista por Glória Perez, que levou a história até Miguel Falabella. O diretor escreveu o roteiro da série em parceria com o próprio Eduardo. Arlete Salles, Vera Holtz e Daniel Rangel interpretaram os personagens principais na série.

famosa suíte), e também para “transpor” para o *Twitter* conteúdos publicados, em um primeiro momento, em outras mídias, principalmente em sites/*blogs* dos veículos e jornalistas.

Durante a pesquisa bibliográfica inicial para composição do estado da arte sobre o tema, foi possível perceber certa escassez de trabalhos acadêmicos tratando especificamente sobre a utilização deste recurso, o que permite pensar no ineditismo do tema para a área do Jornalismo. Apesar de as pesquisas na área do jornalismo digital se mostrarem cada vez mais crescentes, é possível constatar que o *Twitter* ainda é uma mídia social pouco explorada em pesquisas acadêmicas. Em um cenário de proliferação de plataformas digitais e constante inovação tecnológica, que influenciam inclusive o comportamento da sociedade, urge ao jornalismo partir em busca de novas formas de suportes e arquiteturas comunicacionais, que tornem possível a circulação cada vez maior de seu conteúdo. Assim como se faz necessária a devida observação, documentação e reflexão, do ponto de vista acadêmico, dessa movimentação. É importante que as pesquisas deem conta de todos os fenômenos que ocorrem nessa relação Jornalismo *versus* Digital. Quanto mais intensas e crescentes as pesquisas nessa área, mais fácil será de entender tais transformações e seu impacto no futuro do Jornalismo enquanto instituição, profissão e área do conhecimento.

A estrutura dos capítulos da presente dissertação segue uma ordem que evidencia, em um primeiro momento, os aspectos teóricos que ajudam a contextualizar o objeto e, posteriormente, o relato dos procedimentos metodológicos e da própria análise empreendida, seguido das considerações finais. Após a introdução, o capítulo dois apresenta contextualizações teóricas e históricas acerca da relação entre o jornalismo e as mídias sociais, introduzindo uma breve discussão sobre o conceito de plataforma do jornalismo; após, ocorre uma apresentação detalhada da mídia social analisada no presente trabalho, o *Twitter*. O capítulo três traz um aprofundamento conceitual e teórico acerca das narrativas jornalísticas e suas diversas possibilidades e especificidades, principalmente quando produzidas e circuladas em ambiente digital, como no caso das mídias sociais.

No capítulo quatro, é apresentado o jornal *Folha de S. Paulo* e um exemplo de suas *threads*, seguido da exposição do *corpus* da pesquisa e dos

aportes metodológicos que guiam a posterior análise – ancorados principalmente na Análise de Conteúdo, de Laurence Bardin (2016), e na Análise Crítica da Narrativa, de Luiz Gonzaga Motta (2013). O capítulo cinco dedica-se propriamente à análise das *threads* selecionadas e categorizadas previamente, seguida da apresentação de discussões e inferências reflexivas sobre os resultados obtidos. Por fim, as considerações finais retomam a estrutura do trabalho e sintetizam aspectos da problematização e dos desafios propostos no decorrer do percurso investigativo desenvolvido na pesquisa.

2. JORNALISMO E INTERNET

Neste capítulo, busca-se expor um breve panorama histórico e teórico, contextualizando a já bastante difundida e mencionada relação entre Jornalismo, internet e mídias sociais, com destaque para o *Twitter*. Optou-se por iniciar com esta exposição, uma vez que a pesquisa trata de uma mídia social específica, inserida em uma plataforma digital; e o objetivo do trabalho é justamente observar como narrativas jornalísticas se dão neste espaço. Em “2.1 A Plataformização do Jornalismo”, é apresentado esse conceito importante – embora bastante recente – que se propõe a pensar as relações do jornalismo com as plataformas digitais. Mintz (2019), Van Dijck (2013; 2018) e Bell e Owen (2017) são alguns dos autores que ajudam a discutir o fenômeno.

Em “2.2 Jornalismo e Mídias Sociais”, é discutida a evolução e as particularidades da relação do jornalismo com as mídias sociais. Neste momento também é discutida a relação e engajamento do público para com tais conteúdos jornalísticos. O capítulo encerra com “2.3 O *Twitter*”; onde são trazidas concepções teóricas, históricas e introdutórias específicas da referida mídia social. Aqui, são lançados mão, principalmente, dos estudos de Zago (2011; 2014) e Hermida (2010) para apresentar detalhadamente a referida mídia social e seus recursos e particularidades, principalmente as mais relacionadas ao jornalismo e à presente pesquisa; bem como sua relação com o jornalismo.

2.1 A PLATAFORMIZAÇÃO DO JORNALISMO

Pensar a relação entre o jornalismo e as plataformas digitais se mostra cada vez mais indispensável, uma vez que a inserção de conteúdo e do próprio fazer jornalístico em tais ambientes possibilita um maior alcance de público-leitor e novas possibilidades de expansão de produção e, principalmente, circulação do conteúdo jornalístico. Tal fenômeno, atualmente, pode ser referenciado como “plataformização do jornalismo”; e é apontado como a ramificação de um outro conceito, já discutido por pesquisadores como José Van Dijck (2013): a “plataformização do social”. Este processo se refere ao momento atual, em que diversos setores econômicos e práticas sociais passaram a ser mediadas por plataformas digitais; aqui podem ser citados o

Uber e o *Airbnb*, que “plataformizaram” os já existentes serviços de transporte e a hospedagem, por exemplo. Segundo Van Dijck, Poell e De Wall (2019) ocorreu, então, o avanço da chamada “lógica das plataformas” a diferentes instâncias da vida social, levando a sociedade atual a poder ser chamada de uma “sociedade de plataformas”. O jornalismo não escapou dessa lógica: a plataformização do jornalismo se dá quando organizações ou indivíduos produtores de conteúdo jornalístico também passam a fornecer seus produtos e serviços por meio das plataformas digitais.

Conforme Poell, Nieborg e Van Dijck (2020), o conceito de plataforma, quando observado pelo campo da comunicação, evoluiu junto a discussões sobre mudanças nas tecnologias da comunicação, na economia da informação e na reorientação dos usuários como produtores ativos de cultura. Em um aspecto mais geral, é preciso pensar também que a própria internet, mais notoriamente na emergência da *Web 2.0*, já surgiu como uma plataforma. Segundo Mintz (2019), Tim O’Reilly já pensava na ideia da *web* como uma plataforma que facilitava a publicação e circulação de conteúdo dos usuários; a *Web 2.0*, portanto, seria construída de forma a atender, majoritariamente, à essa “função”. Mintz (2019) aponta que é possível definir a *Web 1.0*, aquela dos anos 1990, como uma infraestrutura que teria sido progressivamente “plataformizada” através do surgimento de mídias sociais que começaram a se mostrar altamente lucrativas, como o *Facebook* e o *Twitter*. Segundo Poell, Nieborg e Van Dijck (2020, p.5), o movimento de plataformização pode ser compreendido como a “penetração de infraestruturas, processos econômicos e estruturas governamentais de plataformas em diferentes setores econômicos e esferas da vida”. Mintz (2019, p.104) reafirma que essa emergência das plataformas possibilitou, inclusive, descrever “a internet enquanto meio, de modo tanto mais geral quanto menos circunstancial, se aproximando de algo como uma “lógica das plataformas”.

A *Web 2.0* acabou por “incluir” as plataformas digitais - e também uma participação mais ativa dos usuários das mesmas - à cadeia de valor do jornalismo; levando a uma “multiplataformização” do jornalismo e de outros setores da indústria cultural (SILVA *et al.*, 2020). Surgiu, então, a necessidade de manter presença nas principais plataformas digitais: hoje em dia, mesmo que a empresa de comunicação tenha se originado de um jornal impresso, por

exemplo, muita provavelmente ela também produz vídeos e áudios, distribuindo tal conteúdo em diversas plataformas. Conforme Bell e Owen (2017) a estratégia básica dos veículos de comunicação menores tem sido estar nas plataformas digitais de mídias sociais mais “básicas” e populares, como o *Facebook*, o *Instagram* e o *Twitter*, mas grandes veículos como a *CNN* e o *New York Times* chegam a produzir e publicar seus conteúdos em mais de vinte mídias diferentes, além, é claro, de seus próprios *websites* e aplicativos. Porém, de acordo com Silva *et al.* (2020, p.173), cada vez mais atraídos por resultados potencialmente melhores em termos de audiência e também de receita, “alguns veículos de comunicação têm optado por fazer a publicação direta de conteúdo nos servidores das plataformas em vez da utilização de *hiperlinks* nas redes sociais que redirecionem os usuários para os seus sites próprios”. Ainda conforme Silva *et al.* (2020), se trata de um trabalho que muitas vezes demanda a criação, por parte dos veículos, de times dedicados com conhecimentos específicos, a fim de gerar conteúdos digitais com qualidade e engajamento. Silva *et al.* (2020, p.168) constata também que

Em troca de supostamente atingirem uma audiência maior e se tornarem mais atraentes para os anunciantes, os meios de comunicação lentamente abriram mão da maior parte do seu papel tradicional como *gatekeepers* em prol da curadoria realizada pelas plataformas. As escolhas editoriais de jornalistas que alimentavam o antigo processo de produção e distribuição de notícias foram amplamente substituídas por decisões dos algoritmos dessas empresas.

Harcup e O’Neill (2017) argumentam que o contexto da plataforma levou, inclusive, à “criação” de um novo valor-notícia para o jornalismo, ligado à crescente importância das plataformas: o da “compartilhabilidade” (ou *shareability*), ou seja, narrativas com grande potencial de compartilhamento nas redes sociais. Conforme Silva *et al.* (2020, p.170) também podem ser incluídos nessa lista atualizada de valores-notícia o *audiovisual*, conceito que se refere a “presença de áudios, fotos, vídeos e infográficos que prendem a atenção – por sua vez, fatores que aumentam a compartilhabilidade de uma notícia”; bem como podem ser acrescentados *exclusividade*, *conflito* e *drama*. Harcup e O’Neill (2017) consideram, no entanto, que o *entretenimento* se destaca como um dos valores mais comuns

do momento atual do jornalismo distribuído por plataformas. Silva *et al.* (2020) finaliza, apontando que esse cenário de alteração nos valores-notícia ocorre simultaneamente ao surgimento de novas práticas profissionais dos jornalistas.

2.2 JORNALISMO E MÍDIAS SOCIAIS

Com base em pesquisadoras renomadas no campo da comunicação digital como Mielniczuk (2003), Zago (2011) e Recuero (2009), por exemplo, é possível constatar a importância da Internet e das mídias sociais para o jornalismo. Zago (2011) expõe que as empresas e organizações jornalísticas, assim como tantas outras, devem estar inseridas nesse ambiente digital, haja visto que suas práticas também acontecem ali. Segundo a autora, fez-se necessário que o jornalismo se apropriasse dessas mídias, por mais que predominantemente pessoais e tão distintas entre si. Mielniczuk (2003) propôs, inclusive, a existência de três fases (ou gerações) evolutivas que explicam o desenvolvimento desse jornalismo digital: uma mais inicial, transpositiva, que apenas buscava replicar conteúdos já publicados e criados em outras mídias; seguida por uma fase que a autora denomina de “metáfora”, em que os *hiperlinks* passam a ser utilizados; e, por fim, a produção de conteúdo exclusivamente para e na internet.

Bell e Owen (2017) também apontam a existência de três “ondas” do jornalismo digital. Conforme os autores, durante a primeira fase da digitalização das redações, que durou basicamente do advento da internet comercial em 1994 à popularização da banda larga em 2004, “a grande preocupação de organizações jornalísticas era saber como transferir o produto impresso para o meio digital” (BELL E OWEN, 2017, p. 52). Neste momento, havia a expectativa da possibilidade de criação um ecossistema digital em torno dos valores e métodos tradicionais do jornalismo, no qual, segundo Bell e Owen (2017), um modelo financeiro sustenta o dever básico e as funções cívicas da imprensa livre. Na década seguinte, as já mencionadas disseminação da banda larga e a chegada da *Web 2.0* possibilitaram a publicação de material multimídia em qualquer lugar, momento em que surgiram práticas que foram se aperfeiçoando e reverberam até hoje, como o jornalismo interativo, o uso de banco de dados para a criação e aprimoramento de conteúdo jornalístico, os *podcasts*, o

*crowdsourcing*⁵, dentre outras oportunidades interessantes que se abriram para o jornalismo. Bell e Owen (2017, p.52) continuam, e ao voltar-se mais para a emergência da chamada “plataformização do jornalismo” apontam que “o surgimento da internet e os princípios que no início definiram a *web* aberta tiraram o controle das mãos de poucos e o transferiram para muitos”; haja visto que, segundo os autores, a internet era, “em sua essência e em sua concepção, uma tecnologia democratizante”. Ainda sobre o momento atual do jornalismo digital, os autores apontam:

Agora, estamos vivendo uma terceira onda de transformação tecnológica. A migração do computador para a telinha do celular e o desenvolvimento de uma *web* móvel privatizada encerraram e monetizaram a promessa da *web* aberta. Os princípios da rede aberta, que tanto foram alardeados para cidadãos e jornalistas, deram lugar a um ecossistema dominado por um pequeno número de plataformas que exercem tremenda influência sobre o que vemos e sabemos. A internet que hoje vemos, controlada em grande medida por duas ou três empresas, está muito longe da internet aberta de Tim Berners-Lee. (BELL E OWEN, 2017, p.52)

É importante atentar também para os leitores do jornalismo. Conforme Silva *et al.* (2020, pg.166), “o público está envolvido na produção de notícias há muito tempo, desde cartas ao editor até fotos de leitores e ligações para a rádio e para a televisão”. Obviamente que a participação da audiência não surgiu somente com o advento do mundo virtual, mas foi definitivamente amplificada pela internet e pelas mídias sociais. Esse fenômeno ganhou novos contornos com a facilidade de acesso às ferramentas de produção, publicação, cooperação e compartilhamento de informações (SILVA *et al.*, 2020). As tecnologias digitais têm servido como motivadoras para o engajamento do público no processo noticioso, haja visto que a audiência não só é convidada, mas se sente confortável a contribuir e interagir com os conteúdos jornalísticos, gerando um fluxo constante de material, pois o jornalismo digital se tornou socialmente envolvente e orientado (SILVA *et al.*, 2020). Philipps (2012, apud Silva *et al.*, 2020, p.169) reflete que, como o jornalismo digital oferece aos profissionais de imprensa a oportunidade de receber esse *feedback*

⁵ Modelo de produção e obtenção de serviços que se usa se conhecimentos coletivos e voluntários (recrutados especialmente na internet) para solucionar problemas do dia a dia, desenvolver novas tecnologias, criar conteúdo ou prover serviços.

instantâneo sobre a seleção de notícias (e suas formas de apresentação), os meios de comunicação tendem a buscar também uma espécie de lealdade, “dando aos leitores o que eles já sabem que querem, observando quais histórias têm mais probabilidade de ser compartilhadas”.

Conforme Bell e Owen (2017), os veículos de comunicação permanecem constantemente confusos ou indecisos quanto à melhor maneira de tirar partido dessa relação com as mídias sociais e as plataformas digitais. Segundo os autores, um número crescente de organizações jornalísticas vê o investimento nesse ambiente digital como a única perspectiva de um futuro sustentável, tanto em termos de receita, como de tráfego e alcance. Mas a falta de transparência de algoritmos impede um bom planejamento, uma vez que nada garante que o que vem funcionando até hoje irá funcionar no futuro (BELL E OWEN, 2017).

Se faz importante também esclarecer alguns termos e conceitos que, muitas vezes, são erroneamente utilizados para se referir aos fenômenos que permeiam a internet, suas redes, e a relação do jornalismo com as mesmas. A pesquisadora Raquel Recuero, em texto publicado na plataforma *Medium*, elucida essa questão. Para Recuero (2019), a noção de rede social, bastante utilizada, refere-se historicamente à abordagem estrutural de estudo dos grupos sociais; foi apenas na década de 1990 que aconteceu uma mudança nos significados dessa nomenclatura. Conforme Zago (2014, p.40), “na internet, as redes sociais podem ser constituídas a partir de agregações de indivíduos no ciberespaço”; e ainda aponta que o estudo de redes sociais na internet está atrelado à evolução das chamadas “formas de comunicação mediada por computador” (CMC). De acordo com Recuero (2019), com o surgimento da mídia digital e a transformação das interações sociais em dados, novas formas de estudar esses grupos sociais, principalmente de forma mais massiva, surgiram. Quando esse conceito é transportado para as redes sociais *online* ou as redes sociais na internet, ocorre uma “mudança importante entre uma estrutura mediada principalmente pelas relações institucionais e interpessoais e uma estrutura mediada pelas relações mediadas pela tecnologia digital”. (RECUERO, 2019). A autora segue, trazendo definições para outros conceitos correlatos. Segundo Recuero (2019), site de rede social é uma ferramenta que permite que as pessoas apresentem suas redes sociais e mostrem essas estruturas; logo, não se tratam das redes sociais em si, mas servem para

mostrar, transformar e publicizar tais redes. Porém, segundo Recuero (2019), com o advento dos aplicativos e das ferramentas móveis, houve uma mudança importante, e essa definição “site” já não é mais completa, haja visto que surgiram ferramentas exclusivas do espaço *mobile*, como o *WhatsApp*, por exemplo.

O conceito de plataforma digital é também muito utilizado. Segundo Recuero (2019), ele é mais abrangente e “compreende os sites de rede social de modo mais amplo, a partir também de suas APIs e das ferramentas que são usadas a partir deles”. D'Andrea (2018) inclusive, utiliza a noção de “plataformização da web”, conforme vimos anteriormente, para falar sobre as mudanças geradas nessa comunicação mediada por computador; que, conforme Recuero (2019) “era inicialmente focada na estrutura da *Web*, mas que hoje vai bem além dela e a transforma a partir dessas relações”. Segundo Recuero (2019), o conceito de mídia social é um pouco diferente dos anteriores:

Ele não foca na estrutura que permite a comunicação (sites de rede social), nem nas *affordances* em si, nem na rede que emerge dessa estrutura em si, mas na emergência da combinação desses elementos. [...] o que chamamos “mídia social” é um dos (talvez o principal) efeito da apropriação das ferramentas de comunicação digital, onde a estrutura das redes sociais e as *affordances* dessas plataformas permitem que emerjam [...] conversações nas quais há modos de circulação de informação que são diferentes daqueles *offline*.

Conforme Recuero (2019), pode-se dizer, então, que as mídias sociais compreendem essas conversações decorrentes da apropriação dessas plataformas pelas redes sociais, que modificam os modos de circulação de informações. Recuero (2019) aponta que ocorre “uma “apropriação” da noção de mídia nesse espaço, decorrente dos “superpoderes” das ferramentas, que proporcionam ao coletivo das redes a possibilidade de fazer circular, informar (ou desinformar) outras redes”. Esta noção é a utilizada no presente trabalho, que se refere ao *Twitter* como uma mídia social.

Para Zago (2014, p.45), todo esse contexto da internet e das mídias sociais acaba por alterar a própria estrutura do jornalismo, onde os veículos jornalísticos, ao lado dos leitores de seus conteúdos, passariam “a ser nós numa complexa e densa rede de informações”. Entretanto, essas modificações não se relacionam somente com a internet. Conforme Heinrich (2008, p. 5 *apud*

Zago, 2014, p.45) elas impactam o processo jornalístico como um todo, “em todas as plataformas de distribuição, do impresso ao rádio, da televisão ao jornalismo digital”. Levando em consideração a necessidade de um jornalismo cada vez mais interativo, no contexto atual das mídias sociais, ocorre uma demanda do público por produções e formas cada vez mais voltadas para seus perfis.

2.3 O TWITTER

Fundado oficialmente em março de 2006 – com a grafia *Twtr* - pelos empreendedores e desenvolvedores de *software* Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone e Evan Williams, o *Twitter* é uma mídia social no formato *microblogging*, que permite aos seus usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros usuários através de textos curtos de até 280 caracteres (conhecidos como "*tweets*"; ou tuítes, na versão aportuguesada⁶), por meio do *website* do serviço: <http://www.twitter.com>. Importante mencionar que, desde a criação do *Twitter*, em 2006, só era permitida a utilização de 140 caracteres por publicação; a ampliação para os atuais 280 só ocorreu em setembro de 2017⁷, em caráter de testes, após constantes pedidos de usuários por “mais espaço” para escrever. A mudança foi aplicada em definitivo a partir de 7 de novembro do mesmo ano.

Ao mesmo tempo em que é um *microblog*, o *Twitter* também é denominado como mídia social uma vez que possui as características de uma, já que a ferramenta permite ao usuário criar uma página e torná-la pessoal, interagir com outros usuários e ainda exibe sua rede de contatos. A palavra da língua inglesa *tweet* significa pio, ou seja, o som emitido pelos pássaros, o que sugere que o usuário está "piando" na internet e também justifica o uso de um pássaro azul como logotipo da mídia social. O serviço é gratuito na Internet, bastando o usuário criar um perfil, através de algumas informações básicas, um endereço de *e-mail* e criando um nome de usuário, que assim como todos os perfis no *Twitter*, deve ser precedido do símbolo arroba (@). Em seguida, o

⁶ No presente trabalho os termos relacionados ao *Twitter* e seu universo são sempre mencionados na grafia original, em inglês.

⁷ Fonte: https://blog.twitter.com/official/en_us/topics/product/2017/tweetsingmadeeasier.html
Acesso em: 21 fev. 2022.

usuário já pode atualizar seu perfil em tempo real com textos ou publicações de imagens, vídeos, GIFs e até mesmo com a criação de enquetes ou espaços de transmissão ao vivo. É possível também acompanhar todas as atualizações dos demais usuários da mídia social; para isso, basta “seguir-los”. Cada usuário possui uma *timeline*, (linha do tempo, em inglês), na qual aparecem os *tweets* publicados pelos seus seguidores. É chamada de *reply* a resposta, também na forma de *tweet*, a uma publicação de outro usuário.

Um dos principais e mais utilizados recursos é o *retweet* (ou retuíte), função que permite ao usuário replicar, na íntegra, uma determinada publicação de outro usuário para a sua própria *timeline* e seus seguidores, dando crédito a seu autor original. Outra função de grande importância e relevância na mídia social são os *Trending Topics*, também chamados abreviadamente de “TTs” ou “Assuntos do Momento”. Trata-se de uma lista que exibe, em tempo real, as palavras, nomes próprios e frases mais publicadas/comentadas no *Twitter* no país do usuário; sendo possível também filtrar para abrangência global ou para a lista de um país e cidade específicos. Valem para essa lista também as famosas *hashtags*, palavras-chave antecedidas pelo símbolo da cerquilha (#), que os usuários geralmente utilizam para identificar o tema do conteúdo que estão compartilhando em suas mídias sociais. Cada *hashtag* criada é transformada em um *hiperlink* que irá direcionar a pesquisa para todas as pessoas e conteúdos naquela mídia que também estejam marcados com a palavra-chave específica. A adesão das *hashtags* se tornou muito popular no *Twitter* e depois se disseminou para várias outras mídias sociais, como o *Facebook* e *Instagram*. Atualmente também são bastante utilizadas no *Tik Tok*.

Segundo o *WebSiteRating*⁸, no terceiro trimestre de 2021, o *Twitter* tinha mais de 211 milhões de usuários ativos, o que representou um aumento de 12,8% em comparação ao ano anterior. A grande maioria dos usuários da mídia social é dos Estados Unidos, seguido por países como Japão, Índia e o Brasil. O relatório ainda traz outros dados interessantes, como o de que 83% dos líderes mundiais estão no *Twitter* e de que jornalistas compõem quase 25% das contas verificadas na mídia social, ou seja, perfis que são de interesse público,

⁸ Fonte: <https://www.websiterating.com/pt/research/twitter-statistics/> Acesso em: 25 mar. 2022.

autênticos, notáveis e ativos. Tais perfis recebem um selo azul de verificação ao lado do nome do usuário. Ao longo dos anos, e devido a sua crescente popularização, o *Twitter* vem sofrendo diversas e constantes mudanças, principalmente através da inclusão, exclusão ou aprimoramento de suas ferramentas e recursos. Em outubro de 2015, por exemplo, foi criado o recurso *Moments*, atualmente chamado de *#Explorar*, uma espécie de curadoria de *tweets* postados sobre determinado fato ou tema, que fica na mesma aba dos Assuntos do Momento, conforme pode ser visto na Figura 1 abaixo. Atualmente, os temas da seção *#Explorar* são divididos em *Covid-19*, *Notícias*, *Esportes*, *Entretenimento* e uma seção personalizada, chamada *Para Você*.

Figura 1: Seção *#Explorar* do *Twitter*



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

Conforme mencionado anteriormente, o recurso do *Twitter* que ganha destaque na presente dissertação é o das *threads*. O nome advém da palavra inglesa *thread* (que significa “fio”, em tradução literal), nome que se dá a possibilidade de o usuário da mídia social criar uma sequência de *tweets* que

tratem do mesmo assunto (ou não). Ao clicar sob o primeiro *tweet* feito pelo usuário, a sequência toda se abre, mostrando todas as publicações que foram anexadas à primeira, sendo apresentada graficamente uma linha fina vertical (o fio), indicando a conexão entre as publicações. Importante atentar que, geralmente, o usuário que publica uma *thread*, informa, no primeiro *tweet* introdutor, que está publicando uma sequência de informações; através de frases como “siga o fio”, “acompanhe a *thread*”, “irei atualizando ao longo do dia” ou até mesmo um sinal de adição (+).

Tal recurso começou a ser implantado e divulgado pelo *Twitter* a partir de 2017⁹, momento em que um botão específico foi incluído para adicionar novos *tweets* a algo já publicado. O recurso surgiu como uma alternativa à limitação de 280 caracteres possíveis por publicação, imposta pelo próprio *Twitter*, o que não permitia contar, informar, ou narrar o que quer que fosse, com profundidade e riqueza de detalhes; muito menos com os tradicionais rigor e objetividade do jornalismo tradicional. Logo observa-se a potencialidade de criação de novas formas narrativas nesse ambiente, inclusive jornalísticas, através da utilização dessa ferramenta nativa da mídia social. A possibilidade de inclusão de outros recursos, principalmente audiovisuais, às publicações, permite ao narrador contar uma história ainda mais rica, detalhada e sucinta.

A relação do jornalismo com o *Twitter* é longa e está em constante transformação. De acordo com Hermida (2010), o *Twitter* foi rapidamente adotado nas redações jornalísticas como um mecanismo essencial, principalmente para distribuir notícias urgentes de forma rápida e concisa, e também como uma ferramenta auxiliar para buscar novas fontes e ideias de matérias. Conforme Hermida (2010, p.298), mídias sociais como o *Twitter* fornecem aos jornalistas formas mais complexas de entender e relatar as sutilezas da comunicação. Para o autor, o jornalismo tradicional define fato como “informações e citações de fontes oficiais”, o que acabou formando a grande maioria do conteúdo de notícias e informações. (HERMIDA, 2010, p.298). Este modelo de notícias, no entanto, está em um período de transição; pois de acordo com Hermida (2010), mídias sociais como o *Twitter* facilitam a

⁹ Disponível em: <https://twitter.com/TwitterBrasil/status/940646392866975744>. Acesso em 10 out. 2021.

disseminação imediata de fragmentos digitais de notícias e informações, a partir de uma variedade de sistemas e dispositivos. Java *et al.* (2007, p.2 *apud* Hermida, 2010, p.299), inclusive, separam os usuários do *Twitter* em categorias, sendo duas delas - fontes de informação e buscadores de informação - diretamente relacionadas e relevantes ao jornalismo.

Hermida (2010) aponta, entretanto, que as normas do jornalismo acabam se flexibilizando, uma vez que práticas profissionais tradicionais adaptam-se a recursos e ferramentas específicas da mídia social. No caso do *Twitter*, o limite de 280 caracteres, por exemplo, se mostra bastante desafiador para o texto jornalístico. Conforme Hermida (2010, p.300), “os jornalistas adotam, então, um ponto de vista interpretativo sobre a utilidade de um *tweet* noticioso, escolhendo o que incluir ou excluir” no fragmento; ou seja, enquanto filtra e seleciona o que publicar, o papel do *gatekeeper* é mantido. De acordo com Hermida (2010), mesmo no *Twitter*, jornalistas aplicam as normas dos valores-notícia para determinar se um *tweet* é digno de notícia. Para Hermida (2010, p.300), apesar de ser uma mídia social que predomina a criação e manutenção de redes sociais, “o *Twitter* também deve ser considerado um sistema de comunicação com formatos, estruturas e lógicas midiáticas específicas”. O autor aponta que “as características institucionalmente estruturadas do *Twitter* estão criando novas formas de jornalismo”, o que representa a maneira com a qual a própria Internet está influenciando essas novas práticas e, ainda, mudando a forma como o jornalismo em si é definido (HERMIDA, 2010, p.300).

Hermida (2010, p.304) finaliza apontando que as mídias sociais são vulneráveis e até passíveis de mudança de acordo com os mutantes hábitos sociais e culturais das audiências; o autor expõe que um outro novo serviço pode surgir e substituir permanentemente o *Twitter*, por exemplo. Entretanto, para Hermida (2010), é de extrema importância explorar os recursos e a estrutura da referida mídia social, bem como seus impactos na maneira em que notícias e informações são comunicadas, uma vez que significantes questões para pesquisadores e profissionais do jornalismo dali emergem.

3. JORNALISMO E NARRATIVIDADES

A proposta deste capítulo é expor teoricamente o conceito de narrativa jornalística e seus desdobramentos e possibilidades. Se torna indispensável a exploração teórica deste conceito, uma vez que a presente pesquisa se propõe a analisar narrativas jornalísticas de um periódico de referência, a *Folha de S. Paulo*, e, mais especificamente, como as mesmas são criadas e circuladas através do recurso das *threads* no *Twitter*. Lançando mão principalmente dos estudos de Luiz Gonzaga Motta (2005; 2007; 2013) e Fernando Resende (2009; 2011), é apresentada a definição de narrativa jornalística, seguida de um maior destaque às narrativas digitais, utilizando principalmente os estudos de Marc Lits (2015) e Daniela Bertocchi (2016).

3.1 NARRATIVAS JORNALÍSTICAS

De acordo com Motta (2013), narrativas são construções discursivas sobre a realidade humana. Em suma, pode se aferir que a narrativa coloca acontecimentos em perspectiva, unindo pontos, ordenando antecedentes e consequentes e relacionando coisas, enquanto cria o passado, o presente e o futuro. A narrativa “[...] faz o agenciamento dos fatos no processo de tessitura da intriga como um sistema, ou composição em um todo diegético que tem princípio, meio e final”. (MOTTA, 2013, p. 73) O autor aponta que a narrativa busca também encaixar significados parciais em sucessões temporais, explicações e significações estáveis. Motta (2005, p.2) acredita que as narrativas produzem significados, quando organizadas, permitindo a compreensão das relações humanas e sua natureza; para o autor, as histórias são atravessadas por narratividades, ou seja, “a qualidade de descrever algo enunciando uma sucessão de estados de transformação”. Conforme Motta (2005), a exposição destes estados de transformação é que organiza o discurso narrativo, produzindo significações e sentidos, ou seja, “ao estabelecer sequências de continuidade (ou descontinuidade), as narrativas integram ações no passado, presente e futuro, dotando-as de sequenciação” (MOTTA, 2005, p.2).

Para Resende (2009, p. 33) “[...] nesse sentido, o ato de narrar, através dos meios, pode revelar legitimações, valores, representações e faltas, dados

preponderantes para o processo de compreensão e leitura do mundo”. Consequentemente, os discursos são construídos por meio de estratégias comunicativas e recorrem a recursos linguísticos e extralinguísticos, visando determinadas intenções e objetivos. Isso pode ser observado especificamente na narrativa jornalística: levando em consideração que um dos objetivos do jornalismo é transmitir sua informação com clareza e objetividade, a fim de que a mesma seja assimilada da melhor forma possível pelo leitor, se torna indispensável a esse narrador-jornalista lançar mão dos mais diversos recursos para atingir tal objetivo.

Conforme veremos adiante, o meio digital evidencia ainda mais a necessidade do uso de estratégias e recursos por parte do narrador, principalmente se a narrativa em questão está sendo produzida, transposta ou reconfigurada a um meio que não permite a manutenção de sua estrutura. Para Bertocchi (2016), apesar de fáticas, ou seja, noticiosas, as narrativas jornalísticas podem se valer de estratégias narrativas utilizadas em textos de ficção, por exemplo; haja visto que a notícia e a reportagem, clássicos do gênero informativo, frequentemente se apropriam de outros formatos narratológicos para contar uma história. Porém, de acordo com Resende (2009), quando atentamos para a notícia e a reportagem, se torna evidente uma espécie de “padrão” narrativo estável, pré-estabelecido e utilizado com frequência, ancorado no conceito da pirâmide invertida, principalmente em textos factuais ou curtos. Sobre isso, Resende (2009, p.35-36) aponta que:

Na narrativa jornalística, a forma autoritária de narrar histórias se mantém, e, de certa forma, com mais agravantes por apresentar-se velada. Envolto no real e na verdade como referentes, além de trazer a imparcialidade e a objetividade como elementos que operam sentidos, o discurso jornalístico tradicional — o que encontra legitimidade epistemológica — coloca à disposição do jornalista escassos recursos com os quais narrar os fatos do cotidiano. Assim, em se tratando do jornalismo, apropriar-se da ideia de narrativas enquanto discurso e narração é uma problemática a ser enfrentada, hajam vistas as questões que este caminho suscita [...].

É interessante levar em consideração também a possibilidade de haver semelhanças nas formas narrativas jornalísticas, principalmente no tocante ao conteúdo noticiado pelos grupos midiáticos. Logo, se percebe a necessidade de buscar uma diferenciação quanto a esse conteúdo. Segundo Dalmonte

(2010), porém, antes de o veículo estabelecer marcas para distinguir o seu material (e suas narrativas) de outros, com o objetivo de estabelecer e fidelizar seu público, por exemplo, um longo caminho é percorrido. “São necessárias algumas rupturas, bem como a criação de artifícios para atrair e assegurar a permanência do leitor”. (DALMONTE, 2010, P.22). De acordo com Resende (2011), é necessário também reconhecer as circunstâncias de enunciação das narrativas como dispositivos de produção de subjetividades e acolher a ideia de que esta produção não se dá senão num processo de luta por poder e legitimidade. Conforme Resende (2011, p. 12), é no processo de análise das narrativas jornalísticas, por exemplo, através de “indagações acerca de seus aprisionamentos e potencialidades no corpo discursivo do jornalismo e do cotejamento de objetos distintos, que se fará possível compreender os modos de instalação dos jogos de poder e produção de sentidos”. Percebe-se, então, uma necessidade constante de o jornalismo dedicar atenção às suas narrativas, sobretudo no contexto digital. As complexidades e particularidades desse conceito tão importante dão, também, margem para problemáticas não tão inéditas do fazer jornalístico.

Os tempos atuais têm sido particularmente reveladores de problemas que atingem o jornalismo na sua demanda enunciativa. [...] As novas mídias, por exemplo, têm sido contumazes em apresentar a este campo um caminho que, no entender desta reflexão, se bifurca entre continuar se esforçando para sustentar sua legitimação a partir das retóricas que lhe eram suficientes quando o impresso se apresentava como materialidade absoluta ou resignificar e ampliar seus modos de ser, investindo, por exemplo, na compreensão das diferenças que os narrares suscitam. No momento atual, quando entendemos melhor a força e a velocidade com que as narrativas migram de um suporte a outro(s), o esforço por angariar legitimidade pela via das ordens é nada mais que o desejo de manutenção de um lugar de fala alicerçado em uma vontade de verdade. (RESENDE, 2011, p. 12)

Ciente da potencialidade e impacto de suas narrativas, cabe ao jornalismo buscar uma manutenção eficaz das mesmas, mesmo em um cenário que demanda por sua reconfiguração constante. Conforme Resende (2009) o ato de narrar deriva da constante necessidade de se estabelecerem modos de compreensão e entendimento do mundo. Segundo o autor, reportagens e notícias, das mais diversas maneiras e através dos inúmeros suportes possíveis, também recontam e criam sentidos — e, portanto, narram — as

experiências do homem no mundo. Logo, percebe-se a necessidade da compreensão da narrativa enquanto um conceito fundamental para o jornalismo: ele não está apenas simplesmente relatando narrativamente um acontecimento, está também instigando seu leitor a compreender a si mesmo e ao mundo em que vive.

3.2 NARRATIVAS DIGITAIS

Levando em conta todas as transformações que o ambiente digital impõe às mais diversas lógicas, é notório que as narrativas jornalísticas também ganham outras dinâmicas e características nesse âmbito. Segundo Dalmonte (2010) o jornalismo, ao se apropriar das novas tecnologias, inclui todas as expectativas quanto às possibilidades de ampliar as modalidades da narrativa no sentido da realidade. Para Alves (2018, p.31), “na web, o texto jornalístico pode ser enriquecido com diversos recursos que não estavam disponíveis ao alcance dos produtores de informação até a ascensão da internet”. Bertocchi (2016), todavia, aponta que a narrativa não se reduz a texto e imagens esteticamente diagramados na tela, mas deve ser compreendida como um processo dinâmico, sistêmico, complexo e em constante transformação no tempo e espaço digitais. Exatamente por isso, exige uma atenção especializada. Bertocchi (2016) também expõe que as narrativas jornalísticas digitais devem considerar as possibilidades de elementos como o hipertexto, a multimídia e a interatividade, próprias dos meios digitais.

Alexander (2011 *apud* Alves, 2018) propõe que as narrativas digitais podem ser divididas em duas fases. A primeira é identificada antes mesmo da criação da internet, com o surgimento de um dos primeiros jogos eletrônicos para computador, o *Spacewar*, na década de 1960; bem como as precursoras experiências com o hipertexto entre as décadas de 1980 e 1990, até sua consagração como linguagem na internet. A segunda fase é a atual, englobando as narrativas digitais que são produzidas nos dias de hoje, caracterizadas pela participação do usuário como contribuidor ativo de conteúdo, e não mais um mero espectador. Nesse contexto podem ser incluídas também as inovadoras narrativas criadas e circuladas nas mídias sociais por produtores de conteúdo e influenciadores digitais e, ultimamente, também pelo jornalismo. Um termo bastante utilizado para se referir

especificamente a estas narrativas digitais é *digital storytelling*, que concerne em técnicas de contar histórias relevantes e atrativas ao público por meio de narrativas. A ascensão da internet permitiu o “enriquecimento” dessas histórias por meio da utilização de recursos e ferramentas digitais presentes e/ou nativas das mídias sociais, como os carrosséis, *stories* e *reels* do *Instagram* por exemplo, os *podcasts*, vídeos, áudios e até mesmo as *threads* do *Twitter*.

Dalmonete (2010) corrobora a questão da “segunda fase” das narrativas digitais e a relaciona com o jornalismo. Para o autor, o atual estágio da comunicação, com as tecnologias interativas, permite questionar o conceito de narrativa jornalística, uma vez que o leitor/navegador é convocado a participar da construção do conteúdo, o que tradicionalmente sempre ficou a cargo da instância de produção. Esta não é uma questão simples, pois o conceito do chamado jornalismo participativo, ou cidadão, ainda é bastante discutível (DALMONTE, 2010). Mas, é inegável que em detrimento de outras modalidades jornalísticas, as que são praticadas na internet estão mais abertas à colaboração em vários níveis, desde a simples postagem de comentários, até seções criadas para a postagem de conteúdo.

Para Marc Lits (2015, p.19), as formas de produção e circulação das narrativas midiáticas têm se reconfigurado, no que chama inclusive de “desagregação do esquema narrativo clássico”, devido à pressão da utilização das novas tecnologias e padrão de escrita da web pelo jornalismo. O autor cita alguns aspectos da construção narrativa que foram transformados pelo contexto digital. O primeiro seria o da temporalidade. Segundo Lits (2015, p.20), o objetivo do jornalista, que consistia em informar o mais depressa possível o público depois de um acontecimento ter ocorrido, “foi substituído por esta exigência inimaginável até então: o acontecimento deve, se possível, ser midiaticizado enquanto está ocorrendo”. Um exemplo disso são as transmissões ao vivo e coberturas em tempo real, que ocorrem no próprio *Twitter*.

O segundo aspecto refere-se aos novos usos de narração. Um desses novos usos também se relaciona com o *Twitter* e o objeto de pesquisa do presente trabalho: a potencial perda de linearidade da história. O autor fala sobre a noção de fragmentos (como os *tweets*) e em como a narrativa pode ser pensada como uma acumulação dos mesmos. Conforme Lits (2015, p.21), esta desagregação tornou-se cada vez mais importante nas narrativas digitais

atuais, que são, muitas vezes, “construídas segundo lógicas desestruturadas (ou estruturadas de outra forma, mais propriamente) ao nível da produção como também da sua recepção”; ou seja, a narrativa também se constrói por acumulação de fragmentos narrativos que se agregam pouco a pouco. Um outro novo uso mencionado pelo autor refere-se às conhecidas narrativas multiplataforma e transmidiáticas. O terceiro e último aspecto reconfigurado e presente nas narrativas digitais atuais refere-se à participação do leitor no processo de construção da narrativa, conforme discutido anteriormente.

Para Lits (2015, p.26) há um constante movimento de “volta às narrativas” e isso se dá justamente pela “sua permanência ao longo das várias épocas, dos modos de expressão, das formas e dos suportes que as veiculam”. Conforme o autor, não se trata de defender que “tudo é narrativa”, mas é indiscutível que “outros formatos, outras temporalidades, outras escritas sempre irão suscitar o interesse dos leitores e dos utilizadores da internet, e que estas têm a ver com o tipo narrativo” (LITS, 2015, p. 26).

O que a narrativa midiática contemporânea impõe é uma redefinição das próprias condições de existência da narrativa atual, com recurso a uma narratologia refundada, a uma hiper-narratologia. É esta abordagem, considerando simultaneamente os avanços tecnológicos, os novos suportes, as evoluções dos usos e dos públicos, que permitirá apreender o homem socializado enquanto animal narrativizado, atravessado por narrativas construídas de acordo com formas radicalmente novas e abertas. A narrativa pode, doravante, seguir todos os caminhos, voltar para trás, enveredar por vias simultaneamente contraditórias, destruir etapas, variar entre utilizadores. (LIPS, 2015, p. 27)

A discussão sobre narrativas é ampliada no capítulo quatro, a seguir, e, posteriormente, na análise, com a discussão dos usos narrativos do recurso da *thread* pelo jornal *Folha de S. Paulo*.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo são comentadas e discutidas as escolhas metodológicas que guiam a análise do objeto. Inicialmente, em “4.1 A *Folha de S. Paulo*”, é apresentado historicamente o veículo midiático brasileiro, bem como uma definição do mesmo enquanto jornal de referência.

Em “4.2 Aportes para a leitura da narrativa”, são expostos os conceitos teóricos e metodológicos, bem como as técnicas que serão empregadas no processo de análise do *corpus* da pesquisa. É apresentada, em um primeiro momento, a Análise de Conteúdo, de Laurence Bardin (2016) e suas técnicas, que servem, principalmente, aos movimentos iniciais de análise do *corpus* e categorização do material a ser, efetivamente, analisado. Em seguida, é introduzida e conceituada a Análise Crítica da Narrativa, de Luiz Gonzaga Motta (2013), enfatizando o chamado “plano da expressão”, uma das instâncias narrativas propostas pelo autor, que auxiliará na observação e análise nas narratividades, expressividades e estratégias presentes nos textos em questão; pontos importantes a serem analisados na presente pesquisa. Por fim, é apresentada a técnica da entrevista, como uma metodologia importante para auxiliar na análise e posteriores inferências e considerações sobre os resultados obtidos. Neste caso, foi entrevistado o jornalista Mateus Camillo, Editor de Interação e Redes Sociais do jornal *Folha de S. Paulo*. A entrevista visou sanar, dentre outras questões, algumas dúvidas referentes ao posicionamento do veículo acerca da importância e do uso das *threads* enquanto narrativa pelo jornal.

Em “4.2.1 Sobre o gesto de leitura empregado”, é melhor apresentado e detalhado o movimento de análise em si, que se dá através de uma junção das três técnicas/metodologias previamente citadas, aliadas às percepções e necessidades do pesquisador. Neste momento ocorre também a exposição da amostra e da seleção do *corpus* da pesquisa.

4.1 A FOLHA DE S. PAULO

O jornal brasileiro *Folha de S. Paulo* pertence ao Grupo Folha¹⁰ e teve início no ano de 1921, quando o periódico *Folha da Noite* foi posto em circulação. Em 1925, a edição matutina do jornal foi criada, com o nome de *Folha da Manhã*, e, 24 anos depois, surgiu também a *Folha da Tarde*. Esses três títulos se fundiram em 1960, dando surgimento ao nome *Folha de S. Paulo*, que permanece até hoje. Quatro grupos de sócios foram responsáveis pela evolução das *Folhas* entre 1921 e 1962. Conforme Taschner (1992, apud FREITAS, 2017, p.52), mudanças importantes ocorreram no período de 1945, quando houve transições nos objetivos editoriais e administrativos; nessa época o empresariado buscava mostrar não só a eficiência da gestão e a preocupação com o regime democrático, mas também em firmar a imparcialidade e a neutralidade como pilares do jornal. Os avanços políticos, sociais, econômicos e tecnológicos do Brasil e do mundo também impactaram o periódico: em 1983, a *Folha* tornou-se a primeira redação jornalística informatizada da América do Sul, com a instalação de terminais de computador. No ano seguinte, com Otavio Frias Filho na Direção de Redação, é publicado o primeiro Projeto Editorial, defendendo um “jornalismo crítico, pluralista, apartidário e moderno”; também é implantado o seu famoso "Manual da Redação", editado em livro. Em 1989, o jornal foi o primeiro veículo de comunicação do Brasil a criar o cargo de *Ombudsman*¹¹. Em 1995, o jornal já circulava com a maioria das páginas coloridas, e, no mesmo ano, foi lançada a *FolhaWeb*, primeiro site de notícias em tempo real. Em 1996, é lançado o portal de internet UOL (*Universo Online*), primeiro serviço *online* de grande porte no Brasil. Em 2010, ocorre a unificação das redações do jornal impresso e da versão *on-line*, acompanhada de uma grande reforma gráfica e editorial. A

¹⁰ Fundado em 1921 pelo empresário Octávio Frias e comandado pelo seu filho, Luiz Frias, desde 1992, o Grupo Folha é um dos principais conglomerados de mídia do país. Controla o jornal *Folha de S. Paulo*, o site noticioso folha.com.br, o *Datafolha*, um dos maiores institutos de pesquisa do país, uma agência de notícias, a *Folhapress*, a *Transfolha*, empresa de logística que também é dedicada à distribuição de produtos do Grupo Folha, uma gráfica dedicada a jornais e folhetos para empresas, editoras e agências de publicidade (*FolhaGráfica*) e a SPDL, empresa de distribuição e logística estabelecida em associação com o jornal "O Estado de S. Paulo". Também controla a gráfica e editora *Plural*, a editora *Publifolha* e tem participação minoritária, indireta e em ações sem direito a voto no *Portal Universo Online* (UOL). Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/institucional/> Acesso em 10 out. 2021.

¹¹ Jornalista encarregado de receber, investigar e encaminhar queixas de leitores e analisar a qualidade de um jornal.

Folha Online é reestruturada e passa a se chamar *Folha.com*; momento em que também são lançados aplicativos criados pelo jornal para dispositivos móveis. Em 2012, a *Folha* foi o primeiro veículo do país a adotar um novo modelo de negócios para o jornalismo digital, o chamado *paywall* poroso, em que o acesso ao noticiário *online* é gratuito até certo limite de textos.

Atualmente, o jornal *Folha de S. Paulo* é comandado por Luiz Frias, e Sérgio Dávila é o diretor de redação. Editado na cidade de São Paulo, o jornal tem periodicidade diária, e possui versões impressa, *online* e digital para dispositivos móveis. A *Folha* é o segundo jornal de maior circulação do Brasil, com 366.087 exemplares (incluindo assinantes digitais), segundo os últimos dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC)¹². O periódico vem competindo com *O Globo* pela liderança e havia encabeçado a lista em 2020, mas nos dois últimos levantamentos, aparece em segundo lugar. Houve grande alta na circulação digital dos principais jornais do país nos últimos meses, com um aumento de 6%. A *Folha*, que liderou esse *ranking* entre 2016 e 2020, registrou uma subida de 7,8% em circulação digital em 2021, mas foi ultrapassada também pelo *O Globo*, que subiu 16%.

A *Folha de S. Paulo* estabelece como premissa de sua linha editorial a busca por um jornalismo crítico, apartidário e pluralista. Tem como missão¹³ produzir informação e análise jornalísticas com credibilidade, transparência, qualidade e agilidade, baseadas nos princípios editoriais do Grupo Folha, por meio de um moderno e rentável conglomerado de empresas de comunicação, que contribua para o aprimoramento da democracia e para a conscientização da cidadania; e visa consolidar-se como o mais influente grupo de mídia do país.

A *Folha* é considerada um jornal de referência. Segundo Zamin (2014), tradição, prestígio e credibilidade podem ser apontados como algumas características que definem um jornal como “de referência”; além de servir de referência a outros jornais no próprio país; tratar de assuntos relevantes (inclusive internacionalmente); ter uma audiência competente do mundo

¹² Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/jornais-em-2021-impresso-cai-13-digital-sobe-6/> Acesso em 10 jul. 2022

¹³ Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/institucional/o_grupo.shtml?fill=1 Acesso em 10 nov. 2021

público (as elites econômica e cultural), e possuir grandes números de tiragem e circulação. Benetti (2014, p.20) complementa, expondo que os jornais de referência “são produzidos por organizações que investem em estrutura para o exercício do jornalismo; causam repercussão de seus conteúdos originais; pautam grandes debates públicos; pautam outros veículos e são por eles monitorados”.

4.1.1 As *threads* da *Folha*

A *Folha de S. Paulo* tem um perfil no *Twitter* desde abril de 2008, e, atualmente, conta com mais de 8,3 milhões de seguidores. Conforme mencionado anteriormente, as *threads* publicadas pelo jornal em seu perfil no *Twitter* seguem um certo “padrão” observado nesse tipo de postagem na mídia social: o primeiro *tweet*, que abre a sequência, geralmente traz um título (ou semelhante) que informa sobre o que tratará a *thread*, e também um chamamento ao usuário, através de frases como “siga o fio!”, “acompanhe a *thread*”, etc.; de maneira a informar o leitor que a história ali anunciada será contada fragmentada, em uma sequência de diversas publicações. O perfil do jornal optou por agrupar todas as sequências publicadas em seu *Twitter* em uma única grande sequência, a qual foi denominada como “a *thread* de todas as *threads*¹⁴” e fixada no topo do perfil do jornal, ou seja, permanentemente destacada acima de todas as outras publicações da *Folha* em sua linha do tempo, sendo a primeira que o usuário encontra ao acessar o perfil.

De acordo com Mateus Camillo (2022), Editor de Interação e Redes Sociais da *Folha* e precursor da criação das *threads* do jornal, em entrevista ao autor deste trabalho, foi a partir do final de 2018 que ele começou a ver pela primeira vez algum uso de fato jornalístico para as *threads*. A ideia veio enquanto Camillo observava, em seu próprio perfil, *threads* em que usuários do *Twitter* contavam curiosidades inusitadas sobre suas profissões;¹⁵ tais sequências tiveram muita repercussão e viralizaram na época. Conforme

¹⁴ Pode ser visualizada aqui: <https://twitter.com/folha/status/1083862012730490881> Acesso em: 21 fev. 2022.

¹⁵ Matéria do portal *BuzzFeed*, que reúne várias *threads* deste tipo, pode ser visualizada aqui: <https://buzzfeed.com.br/post/as-pessoas-estao-trocando-likes-por-curiosidades-sobre-suas-profissoes-e-experiencias> Acesso em: 22 mar. 2022.

Camillo (2022) este uso dado à ferramenta pelos usuários lhe chamou atenção. Sempre que algum novo recurso é lançado por uma mídia social, ele reflete sobre como utilizá-lo para as mídias da *Folha de S. Paulo*. O editor aponta um outro acontecimento que, segundo ele, foi “decisivo” e precursor para a criação das *threads* do jornal:

No segundo dia útil do ano, dia 3 ou 4 de janeiro, a *Folha* noticiou que o governo pretendia aumentar o IOF. Logo pela manhã, Bolsonaro anunciou, na entrada do Planalto, que estava aumentando a alíquota do IOF, conforme havíamos noticiado que o governo planejava. Aí corta para um terceiro momento, logo depois, que foi o Marcos Cintra, Secretário Especial da Receita falando, literalmente, aspas dele: “não; deve ter sido alguma confusão, ele não assinou nada”, se referindo à questão do IOF. Aí no quarto ato, o Onyx Lorenzoni, que na época era Ministro da Casa Civil, disse: “ele se equivocou, ele assinou a continuidade do projeto da Sudam e da Sudene”; ou seja, nada a ver com o IOF. Então, em um intervalo de cinco, seis horas, foi de o Bolsonaro confirmando o que a *Folha* tinha dado, para dois membros do governo desmentindo Bolsonaro literalmente.

Foi criada, então, uma *thread*, organizando e explicando a sucessão de fatos mencionada pelo editor. A sequência acabou viralizando e, segundo Camillo (2022), teve uma repercussão muito boa, com comentários do tipo: “olha aí, a *Folha* desenhando para vocês” e “a *Folha* arranjando um jeito de cobrir esse governo confuso” por parte dos leitores. Isso levou o jornal a optar pela criação de novas *threads* posteriormente, conforme melhor explicitado na categoria “a) Cronologia dos fatos”, durante a análise, a seguir. Conforme Mateus Camillo (2022) o jornal “passou o primeiro ano do governo Bolsonaro, 2019, fazendo *threads* desse tipo”, haja visto que foi o momento de maior confronto de Bolsonaro com a imprensa. Já em 2020, de acordo com o Editor, o presidente “mudou um pouco a chave para a pandemia”, então haviam confrontos de Bolsonaro com o governador de São Paulo, João Dória, com cientistas, com a vacina; “já não era mais ele unicamente criticando a imprensa, que claramente foi sua maior inimiga no primeiro ano”.

Conforme Camillo (2022), é proposital o uso do recurso das *threads* pelo jornal de forma a “contra-atacar” ou se “defender” de acusações, como ocorreu no início do Governo Bolsonaro. O Editor diz que sempre se busca dar esses usos aos fios, e que não são ainda criadas sequências “nessa linha de 2019” de forma constante porque as coisas foram mudando. De acordo com Camillo

(2022), Bolsonaro parou de atacar a *Folha*, logo não adiantava manter esse tom de confrontação, então a equipe passou a dar usos mais *softs* para as *threads*, usando-as também para a circulação dos especiais do jornal, por exemplo. Camillo (2022) acredita que as *threads* sempre poderão continuar sendo utilizadas de múltiplas maneiras e afirma:

Eu posso falar isso sem presunção: nós inauguramos a era das *threads* no jornalismo. Depois da *Folha*, todos os outros veículos começaram a fazer parecido. A gente as mantém até hoje, mas eu acredito que essas de 2019, nesse tom mais “humor” e “ironia”, e ao mesmo tempo jornalística, eu acho que só a *Folha* fez. Eu acho que esse é um estilo único, porque existe a *thread* mais informativa, mais noticiosa, como quando um repórter vai e faz um furo. [...] esse tipo de *thread* continua sendo usada, mas ali, naquela linguagem, acho que é uma coisa única da *Folha*.

É possível observar diversas utilizações deste recurso pelo jornalismo no *Twitter*, como: coberturas ao vivo, listagem de dados ou itens, acréscimo de informações ou correções referentes a um *tweet* anterior; e também na possibilidade da transposição do conteúdo publicado nos sites dos veículos jornalísticos para a mídia social. A *thread* se mostrou um valioso recurso para “traduzir” os longos textos jornalísticos em 280 caracteres, através da fragmentação do texto de forma a conseguir transpor parcialmente ou até mesmo integralmente o conteúdo publicado no site do veículo. Essa ação é a majoritariamente utilizada pela *Folha*, que frequentemente utiliza como base para suas *threads*, o conteúdo já publicado previamente em seu site. Porém, observa-se que a estrutura clássica de formas narrativas como a notícia e a reportagem (observadas nesta pesquisa) é, por vezes, adulterada quando transportada para a mídia social. A seguir, apenas para fins de apresentação da utilização do recurso pelo jornal *Folha de S. Paulo*, é destacada e brevemente analisada uma *thread* (que não pertence à seleção do *corpus* da pesquisa).

O fio em questão foi publicado inteiramente no dia 9 de abril de 2019¹⁶, conta com onze *tweets* e fala sobre o refugiado congolês Blaise Musipere, que acabou virando ator de telenovela no Brasil. O texto original que serve como base para a *thread* é uma reportagem publicada no site da *Folha de S. Paulo*

¹⁶ Pode ser visualizada aqui: <https://twitter.com/folha/status/1113095336443211777> Acesso em: 10 ago. 2021.

no dia 29 de março de 2019¹⁷, assinada pela jornalista Flávia Mantovani, com o título “Congolês foge da guerra, passa fome no Brasil e se torna ator de novela”. O texto no site é acompanhado de recursos audiovisuais, como um vídeo de 4min10s da *TV Folha* (braço audiovisual do jornal desde 2011) logo após o título, imagens de um ensaio fotográfico realizado com o ator (cujos bastidores aparecem no vídeo da *TV Folha*) e um mapa geográfico com informações sobre a República Democrática do Congo. A reportagem possui em torno de 5.480 caracteres (sem espaços) e apresenta diversas citações do ator ao longo do texto (muitas retiradas do vídeo, em que a fonte foi entrevistada).

O *tweet* que abre a *thread* (Figura 2, a seguir) traz escrito, acima, em caixa alta: “A SAGA DO REFUGIADO QUE PASSOU FOME E FOI PARAR NA NOVELA”, o que se caracteriza como uma versão do título/manchete no texto jornalístico tradicional; e, logo após, um pequeno trecho de texto que diz: “Blaise Musipere veio ao Brasil para fugir da guerra no Congo. A partir de agora, ele estará na novela das seis da Globo, “Órfãos da Terra”. A vida desse refugiado parece ficção”. O trecho supracitado serve como o tradicional *lead*, expressão que se refere ao primeiro parágrafo de um texto jornalístico, em que deve conter “resumidamente” os principais fatos do texto, dando uma visão geral ao leitor do que será tratado no texto. O primeiro *tweet* também traz, incorporado à publicação, uma versão do vídeo da *TV Folha*, apenas com seus 38 segundos iniciais, e uma indicação para assisti-lo completo. No fim, o característico chamamento: “Siga a *thread*”, seguido de uma URL encurtada do endereço *online* que leva para a matéria no site; o que se repete, inclusive, em quase todos os outros *tweets* que compõem a sequência.

¹⁷ Pode ser visualizada aqui: <https://folha.com/mijw4xua> Acesso em 10 ago. 2021

Figura 2: Primeiro *tweet* da *thread*

Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

O próximo *tweet* anexado inicia com a palavra INFÂNCIA, em caixa alta. Constata-se que se optou por separar o texto original em várias partes ou “seções”, apresentando inclusive uma espécie de subtítulo a cada uma delas, de forma a reordenar de forma cronológica as informações apresentadas na reportagem do site. O trecho de texto do segundo *tweet* da sequência fala sobre o contexto político da República Democrática do Congo e a situação familiar de Blaise Musipere no país, informações que aparecem somente a partir do sétimo parágrafo na matéria do site. Foi também incluída uma imagem do ator, que não aparece no site. O *tweet* pode ser observado na figura 3, abaixo:

Figura 3: Segundo *tweet* da *thread*

Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

O terceiro *tweet* traz o título MISÉRIA, fala sobre as dificuldades que Blaise enfrentou após a fuga de seu país e apresenta uma citação forte do ator: “à noite uns bichos sugavam nosso sangue”, conta o refugiado. “Sentimos a miséria na pele.” A citação aparece no 12º parágrafo do texto do site, de maneira ligeiramente diferente:

“A mãe ficou com os dez filhos na casa “sem piso, sem teto, sem nada”. Furtava mandioca de uma plantação para alimentá-los. “Até então, não sabíamos o que a população passava. Ali sentimos a miséria na pele. A gente não tinha o que comer. À noite uns bichos sugavam nosso sangue, fomos ficando fracos”, relata”.

Nesta publicação também foi incluída uma foto do ator, que não aparece no site. O quarto *tweet* tem o título ALMOÇO, fala sobre a vinda de Blaise para o Brasil e a estranheza do mesmo quando o convidaram para um almoço, dado que se alimentava pouco no Congo. Foi incluída a seguinte citação “No Congo, a gente só comia uma ou duas vezes por dia, quando tinha.”, que também

aparece no texto no site, de maneira um pouco diferente: “Estranhou quando foi chamado para almoçar. “No Congo a gente só comia uma ou duas vezes por dia. Comia quando tinha”. A foto do ator incluída nesta publicação também não aparece no site.

O quinto *tweet* tem o título NOVA LÍNGUA e fala sobre a adaptação de Blaise no Brasil, bem como sua participação como ator em um curta-metragem e também na série “Malhação”, da TV Globo. O URL para a reportagem original aqui não foi incluído na versão encurtada, o que gerou uma pré-visualização (*card*) da reportagem no site, conforme pode ser observado na Figura 4, a seguir:

Figura 4: Quinto *tweet* da *thread*



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

O sexto *tweet* da sequência tem o título BOLSO VAZIO e fala sobre um golpe financeiro que Blaise sofreu. Aqui foi anexado novamente a parte inicial, de 38 segundos, do vídeo da *TV Folha*. O jornal optou por não incluir a parte do vídeo em que o ator fala sobre o golpe em questão. O sétimo *tweet* traz o

título DORMIU NA PRAÇA e é ilustrado por uma foto do ator em um banco onde dormiu por um tempo, no bairro do Leblon, na cidade do Rio de Janeiro. A mesma foto também foi incluída no site. O oitavo *tweet* traz o subtítulo REVIRAVOLTA e fala sobre o momento em que o ator passou no teste para atuar na novela “Órfãos da Terra”, então faixa das 18h da TV Globo. Aqui foi incluído, também de maneira a gerar uma pré-visualização (*card*), uma outra matéria do site da *Folha de S. Paulo*, com o título “De sírios a venezuelanos, 'Órfãos da Terra' mostra história de amor e recomeço de refugiados”,¹⁸ publicada em 30 de março de 2019, falando especificamente sobre a trama da telenovela da TV Globo e sua estreia, que ocorreria no dia 2 de abril daquele ano. O *tweet* pode ser conferido na Figura 5, abaixo:

Figura 5: Oitavo *tweet* da *thread*



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

¹⁸ Pode ser visualizada aqui: <https://folha.com/e0cwngmp> Acesso em 10. Acesso em: 10 out. 2021.

O *tweet* seguinte tem o título REFUGIADOS. O trecho de texto fala sobre o papel de Blaise na novela, o de um refugiado haitiano, e também sobre a participação do ex-participante do *reality show Big Brother Brasil*, também da TV Globo, Kaysar Dadour, que tem origem síria, na trama. O *tweet* inclui o *link* para a mesma matéria incluída na publicação anterior; mas, desta vez, com um URL encurtado. Foi incluída uma foto de cena de “Órfãos da Terra”, em que aparecem Kaysar Dadour e o ator brasileiro Herson Capri. A foto em questão e a menção ao ator sírio não aparecem no texto da reportagem original.

O décimo *tweet* apresenta a palavra PODCAST e expõe o seguinte trecho de texto: “O vaivém na vida do ator congolês Blaise Musipere é tão impressionante que também foi parar no *podcast* Café da Manhã, da *Folha*. Vale ouvir novamente”. Foi incluído então o *link*, de maneira a gerar sua pré-visualização, para outra matéria do site da *Folha de S. Paulo*, intitulada “Podcast conta a saga do refugiado congolês que virou ator de novela”¹⁹, publicada em 25 de março de 2019. Um trecho da matéria diz: “A história de Musipere, que também foi contada em reportagem da *Folha*, é o tema do Café da Manhã desta segunda-feira (25). No *podcast*, a trajetória e os depoimentos do africano são comentados pela repórter Flávia Mantovani, que acompanha, entre outros temas, a situação de refugiados no Brasil”. Foi incluído na matéria o *player* do serviço de *streaming Spotify* com o episódio em questão do *podcast* Café da Manhã, da *Folha*.

Por fim, o último *tweet* que compõe a sequência se chama FIM DA NOVELA, e apresenta o seguinte trecho de texto: “Musipere, que estreia em “Órfãos da Terra”, não falava publicamente sobre o seu passado. “Achavam que refugiado era fugitivo”, diz. Mas isso mudou. “Hoje, eu não tenho medo ou vergonha. Tenho orgulho.” Trata-se da mesma citação que encerra a matéria no site, mas de maneira fragmentada:

“Até agora, porém, Musipere não falava publicamente sobre o seu passado, por medo de sofrer preconceito. “Eu percebi que algumas pessoas achavam que refugiado era fugitivo. Não se falava sobre o tema no Brasil”, afirma. “Hoje eu não tenho medo ou vergonha. Tenho muito orgulho de falar da minha história.”

¹⁹ Pode ser visualizada aqui <https://folha.com/gabo4rhw> Acesso em: 10 out. 2021

O *tweet* apresenta uma imagem do ator Blaise Musipere sorridente, que não aparece no site. (Figura 6, a seguir).

Figura 6: Último *tweet* da *thread*



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

Se pode constatar que o conteúdo da reportagem publicada pela *Folha* em seu site sofreu algumas alterações ao ser transposto para o perfil do jornal no *Twitter*, no formato de *thread*. Informações que explicam os conflitos e a situação política do Congo, pontos importantes que impactaram a vida do personagem, foram suprimidas na versão do *Twitter*. Alguns outros detalhes que contextualizam a jornada do ator e o encadeamento dos fatos também foram deixados de lado, priorizando os momentos de maior “impacto” e “surpresa” para o leitor. A narrativa, que deve ser construída de maneira fragmentada na mídia social, busca expor a história em ordem cronológica, movimento que não é, necessariamente, pressuposto em uma reportagem jornalística. É no plano da expressão, proposto por Motta (2013), que se observam as maiores diferenças entre as versões da narrativa aqui analisada.

Observa-se a opção por, além de apresentar os fatos em uma ordem mais cronológica, demarcar separadamente os eventos com a utilização de subtítulos fortes e autoexplicativos como “miséria”, “bolso vazio” e “dormiu na praça”. Também se constata a utilização de expressões que deram um ar mais “folhetinesco” à narrativa na mídia social, provavelmente devido ao tema da reportagem. São utilizados como subtítulos termos como “reviravoltas”, e “fim da novela” nas publicações que encerram a sequência.

Apesar de haver alteração ou supressão de declarações da fonte/personagem na reportagem do site quando reproduzidas no *Twitter*, por exemplo, observa-se que não há, necessariamente, alteração do sentido geral das falas. Se torna interessante também o uso estratégico das mesmas pelo narrador/jornalista, de forma a utilizar citações de possível maior impacto e relevância para a narrativa na mídia social. O fato de cada uma das publicações da sequência se dedicar exclusivamente a uma parte da história originalmente trabalhada na reportagem do jornal, mostra uma adequação necessária ao recurso da *thread*, e permite ao usuário do *Twitter* uma leitura mais fluida e cadenciada que, com a ajuda dos subtítulos, constrói narrativamente um início, um meio e um fim bastante claros.

A escolha por intitular o último *tweet* com a expressão metafórica “fim da novela” expõe que o narrador tratou a narrativa em questão como uma grande trama, que teve seus “capítulos” apresentados separadamente ao leitor, uma elaboração que é percebida também nos enquadramentos de situações da vida da personagem no texto original. Tais “capítulos” apresentam componentes frequentes em narrativas midiáticas: há reviravoltas, suspense, conquistas e um desfecho. Ao encerrar com uma fala positiva e esperançosa de Blaise Musipere, aliada à foto do ator sorrindo (que não aparece no site), o narrador pode sugerir uma forma de encerramento “feliz” e satisfatória ao leitor que a acompanhou até seu desfecho.

É importante ressaltar que, apesar de apresentar uma estrutura observada em um grande número de *threads* publicadas pela *Folha de S. Paulo* em seu perfil no *Twitter*, o fio aqui apresentado como exemplo não é tomado como um “padrão” de utilização do recurso pelo jornal. Conforme mencionado anteriormente, a ampla maioria das *threads* criadas e publicadas pela *Folha* é oriunda de conteúdos publicados em seu site, ou da simples transposição dos

mesmos, como no exemplo apresentado. Esse formato narrativo, que se assemelha a um tom mais folhetinesco, bem como a ordenação da história em ordem cronológica também são frequentes nos fios, mas não representam os únicos usos dados ao recurso; conforme veremos adiante no detalhamento das categorias construídas na análise.

4.2 APORTES PARA A ANÁLISE

Ao ponderar sobre as possibilidades metodológicas para a realização da presente pesquisa, constatou-se a necessidade de lançar mão, sobretudo, de técnicas que permitissem uma análise dos conteúdos que constituem o *corpus* do trabalho - no caso, as *threads* publicadas pela *Folha de S. Paulo* no *Twitter* - de maneira expositiva, mas também crítica e reflexiva, aliada às percepções do pesquisador. Considerando a literatura estudada, é possível apontar que os textos a serem aqui analisados, apesar de produzidos e circulados em uma mídia social, ainda assim podem ser definidos como narrativas jornalísticas; haja visto que mantêm pressupostos, características e valores que também conformam formatos tradicionais dentro dos gêneros jornalísticos, como as notícias ou reportagens. Também apresentam a estrutura de texto jornalístico, com a presença de recursos como o *lead* abrindo o texto e o pé de uma notícia, por exemplo, por mais que de forma desordenada. Uma diferença importante a ser apontada nesta narrativa produzida especificamente em formato de *thread* do *Twitter* é a fragmentação do texto em si, haja visto que só são permitidos 280 caracteres em cada publicação da sequência; o que leva o narrador, em muitos momentos, a priorizar também o uso de elementos gráficos e audiovisuais para compor a narrativa. Logo, constata-se que, antes de qualquer coisa, está sendo observado aqui um conteúdo midiático em um ambiente digital, que apresenta estruturas, formas e elementos bastante específicos.

A metodologia que foi considerada mais adequada para a tarefa de analisar as *threads* produzidas pela *Folha de S. Paulo* no *Twitter* foi a Análise de Conteúdo, que, segundo Laurence Bardin (2016), pode ser definida como um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis

inferidas) dessas mensagens. Uma vez que o objeto empírico analisado aqui são mensagens publicadas em ambiente digital, se reitera a adequação da metodologia escolhida; afinal, conforme Lindgren e Lundstrom (2011), a análise de conteúdo é um tipo de análise textual que vem ganhando grande aceitação como método de estudo dos discursos *online*. Bardin (2016) complementa que esse tipo de metodologia tem várias formas e abordagens, permitindo o estudo dos rastros publicados no espaço digital tanto de forma qualitativa quanto de forma quantitativa. Visando uma melhor aplicação da metodologia, Bardin (2016) ainda elabora uma sistematização dividida em três etapas: a) pré-análise; b) exploração do material; e c) tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

A primeira fase é referente ao planejamento e observação, onde começa a ser selecionado e organizado o material a ser trabalhado. Bardin (2016, p.126), aponta uma importante atividade a ser realizada nessa fase: a chamada “leitura flutuante”, que consiste em um primeiro contato com o material a analisar e “conhecer o texto, deixando-se invadir por impressões e orientações”. Ainda nesta fase, a autora expõe que deve ser feita a escolha do material a ser efetivamente analisado, que procederá na constituição de um *corpus*, ou seja, o conjunto de documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos. Aqui ainda podem ocorrer os procedimentos de exploração, que, de acordo com Bardin (2016, p.129), são técnicas ditas sistemáticas que permitem, a partir dos próprios textos, “apreender as ligações entre as diferentes variáveis, funcionam segundo o processo dedutivo e facilitam a construção de novas hipóteses”.

Na segunda fase, de exploração do material, é quando ocorre, propriamente, o estudo e o trabalho com o material a ser analisado, sendo aplicado o planejamento e as decisões tomadas na etapa anterior. Dentro dessa segunda fase, ocorre também a codificação. Conforme Bardin (2016, p. 133) a codificação corresponde a uma transformação dos dados brutos do texto, que, “por recorte, agregação e enumeração, permite atingir uma representação do conteúdo; suscetível de esclarecer o analista acerca das características do texto, que podem servir de índices [...]”. No caso de uma análise categorial, Bardin (2016) aponta que a codificação ainda se divide em outras três escolhas: a) o recorte (escolha das unidades); b) a enumeração

(escolha das regras de contagem); c) a classificação e a agregação: escolha das categorias. Esta última é bastante importante para a presente pesquisa. Bardin (2016) expõe que a divisão das mensagens analisadas em categorias não é uma etapa obrigatória da análise de conteúdo, mas a maioria dos procedimentos de análise organiza-se em redor de um processo de categorização. De acordo com Bardin (2016, p.147),

a categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo o gênero [...], com os critérios previamente definidos. As categorias são rubricas ou classes as quais reúnem um grupo de elementos (unidades de registro no caso da análise de conteúdo) sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão das características comuns destes elementos.

No caso do presente trabalho, constata-se que o processo de categorização se dá a partir da constatação dos diferentes usos que o jornal *Folha de S. Paulo* dá às *threads* em seu perfil no *Twitter*. Tal ação será melhor explicitada adiante.

Por fim, a terceira e última etapa se volta ao tratamento dos resultados obtidos e às inferências e interpretações, momento em que também são utilizados mecanismos para validar os dados a fim de, posteriormente, interpretá-los. Segundo Bardin (2016, p.131), os resultados são tratados de maneira a serem significativos e válidos; operações estáticas simples, como percentagens, por exemplo, “permitem estabelecer quadros de resultados [...] os quais condensam e põem em relevo as informações fornecidas pela análise”. Por fim, o pesquisador, “tendo à sua disposição resultados significativos e fiéis, pode então propor inferências e interpretações a propósito dos objetivos previstos”, ou até mesmo relacionadas a outras descobertas inesperadas que tenham surgido durante o processo (BARDIN, 2016, p.131).

É importante destacar que essa metodologia se mostra bastante integrada ao próprio movimento de construção da pesquisa, no sentido de que um dos princípios da análise de conteúdo consiste na demonstração da estrutura e dos elementos do conteúdo em si para esclarecer as diferentes características apresentadas na mensagem (neste caso, os *threads*). Bardin (2016) aponta também que a Análise de Conteúdo não obedece

obrigatoriamente a etapas rígidas, mas sim a uma reconstrução simultânea do conteúdo aliada às percepções do pesquisador.

Após esse primeiro movimento metodológico, ancorado nas técnicas de análise de conteúdo, que permitiu e suscitou uma categorização das mesmas; optou-se por lançar mão de uma segunda metodologia, complementar, que permitisse uma análise mais aprofundada e crítica do conteúdo em si observado nas publicações das sequências de *tweets* em questão. Com a constatação da manutenção de uma estrutura narrativa jornalística mesmo neste espaço digital específico, optou-se por observar os textos das *threads* da *Folha de S. Paulo* também pelo viés da Análise Crítica da Narrativa, concebida por Luiz Gonzaga Motta (2007; 2013).

Conforme expõem Mirian Redin de Quadros, Lara Nasi e Juliana Motta (2017), no texto “Jornalismo e narrativa: aspectos do estado da arte das pesquisas no Brasil”, que traz o resultado de pesquisa das autoras por artigos que utilizassem uma outra metodologia, de forma complementar à Análise da Narrativa; foram encontrados, no *corpus* da pesquisa, vários artigos que utilizaram também a Análise de Conteúdo. As autoras perceberam uma leve tendência à aplicação combinada das análises da narrativa com métodos de caráter quantitativo, como a Análise de Conteúdo. Essa possibilidade é sugerida por Gouvêa (2015, p.214, apud Quadros, Nasi e Motta, 2017, p.43), que indica a aplicação da Análise de Conteúdo para análises das narrativas, apontando que a técnica “se insere em um movimento exploratório que reúne informações e prepara tanto o pesquisador quanto a própria narrativa jornalística para a análise tematólogica”. Ainda conforme Quadros, Nasi e Motta (2017, p.43), “ao concentrar-se no estudo da superfície textual, a Análise de Conteúdo auxilia também na compreensão discursiva das representações simbólicas construídas pelas narrativas, bem como dos sentidos e representações sociais e culturais implícitas”. Ou seja, a “junção” das duas metodologias se mostra bastante viável e, ainda, enriquecedora para a análise, haja visto que, ao se complementarem, permitem uma análise mais criteriosa e completa, principalmente das estratégias e subjetividades presentes nos textos em questão.

Desde um ponto de vista metodológico, observar as narrativas sempre é um desafio. A falta de uma técnica/metodologia consolidada no campo da

comunicação é um entrave para aqueles que pretendem analisar narrativas jornalísticas. Conforme Quadros, Nasi e Motta (2017, p.38), ainda não há uma consolidação de métodos e técnicas para o estudo das narrativas associadas a seu contexto, e mesmo a Análise Crítica da Narrativa de Motta (2007; 2013), ainda não é consenso entre os pesquisadores brasileiros, apesar de apresentar uma sistematização mais consistente de movimentos de análise, articulando conceitos oriundos do Estruturalismo, da Hermenêutica e da Pragmática. É importante atentar também para os inúmeros processos constituintes de uma narrativa jornalística; logo, se torna imprudente, do ponto de vista metodológico, observar apenas para o texto em si, finalizado. Quadros, Nasi e Motta (2017) corroboram esse pensamento:

A narratividade do texto jornalístico, sob essa perspectiva, não se localiza no produto final, como uma obra fechada, mas em seu processo de produção, como um modo de articular experiências e sujeitos, dentro de um contexto lógico e temporal. Mais que um mero conjunto de procedimentos técnicos de escrita, o jornalismo é um fenômeno cultural e, como tal, está atrelado às tensões que permeiam a realidade. A narratividade no jornalismo, assim, não se limita à análise das textualidades, mas as considera inseridas em uma historicidade, dotadas de vinculações sociais e como resultado de modos de produção institucionalizados. (QUADROS, NASI E MOTTA. p. 36. 2017)

Há muitas discussões acerca do potencial narrativo de notícias jornalísticas. De acordo com Bird e Dardenne (1999), é importante começar a olhar mais criticamente para as qualidades narrativas destas, uma vez que, embora elas não sejam ficção, são histórias sobre a realidade, e não a realidade em si. Resende (2009, p.35) corrobora, ao apontar que “pensar, (re) conhecer e analisar as narrativas jornalísticas à luz de sua tessitura pode ser um caminho tanto para se conhecer o jornalismo quanto o seu próprio fazer”. Motta (2013) elucida que o pesquisador que se propõe a analisar notícias do ponto de vista narrativo enfrentará alguns desafios conceituais e metodológicos, uma vez que esse tipo de texto, na maioria das vezes, busca produzir o efeito de veracidade e realidade, apoiado em uma linguagem descritiva e objetiva, que resulta em um texto geralmente desprovido de subjetividades. Motta (2013), aponta o aspecto do tempo como o principal aspecto para se analisar notícias enquanto narrativas. É preciso que o analista “reordene” temporalmente a estória, por

mais que a lógica jornalística da notícia traga todas as informações já no primeiro parágrafo, o *lead*.

De acordo com Motta (2013), é preciso recorrer ao próprio texto como ponto de partida para uma análise da narrativa, embora ele represente apenas um elo entre o narrador (neste caso, o jornalista) e o destinatário em um contexto, para produzir um significado. Para Motta (2013), também é importante que o analista atente para o fato de que a narratologia midiática é diferente da narratologia literária, por exemplo. Segundo o autor, na análise da mídia é necessário se preocupar com a comunicação narrativa integral, com o processo todo e não apenas com o produto, como faz a narratologia literária interna ou imanente.

Motta (2013) aponta que os procedimentos que propõe na obra *Análise Crítica da Narrativa* não pretendem observar, necessariamente, a composição a coerência ou a estrutura interna das narrativas; haja visto que rechaça o estudo das mesmas como um objeto fechado, independente de seus processos de produção, circulação e recepção. Para Motta (2013, p.129), a análise da narrativa busca “observar a co-construção de significações na comunicação narrativa”. Ao relatar continuamente, os interlocutores criam argumentativamente narrativas e metanarrativas que proporcionam marcos e sequências conceituais, outorgando significados de fundo aos acontecimentos relatados na superfície, os transformando em histórias. (MOTTA, 2013). Segundo Motta (2013), por outro lado, a análise precisa também levar em consideração a apropriação cognitiva que os sujeitos fazem das narrativas.

A linguagem e a interatividade sugeridas e possíveis no espaço digital permitem a construção de uma narrativa menos “dura” e, portanto, mais dinâmica. Porém, é importante atentar também para a reorganização textual que ocorre nesse ambiente digital, que exige ao leitor, segundo Benetti e Storch (2011), aptidões e domínios distintos da prática de leitura no jornalismo impresso; a partir do hipertexto e da multimídia, por exemplo. Nesse sentido, é importante que o jornalismo busque a inserção do seu leitor tradicional na dinâmica dos conteúdos digitais. Uma das características implicadas a este leitor é, justamente, imposta pelas plataformas digitais: “a capacidade de navegar pelo veículo, encontrar as informações que procura, estabelecer relações entre texto, disposição na página, elementos gráficos e

imagens”. (BENETTI E STORCH, 2011, p.209). Esse fenômeno pode ser observado principalmente no crescente uso de elementos gráficos e audiovisuais para compor tais narrativas. Como já apontava Motta (2013), o uso de infográficos, tabelas e vídeos, também ajudam a situar os fatos para o leitor, por exemplo. Segundo o autor, trata-se de novos recursos da linguagem jornalística/noticiosa que permitem uma melhor conexão com a narrativa em questão, gerando a construção, em parceria com o leitor, de um todo orgânico, do acontecimento-intriga. Porém, também é característica do jornalismo deixar lacunas que adiam o desenrolar da “trama”, haja visto que nem sempre todas as informações sobre o ocorrido estão disponíveis no momento da produção, e alguns acontecimentos contam com desdobramentos, sejam eles esperados ou não. Estas lacunas também são deixadas de forma proposital, quando interessa ao veículo manter sua audiência cativa, criando expectativas que serão resolvidas nos dias seguintes.

A *thread* no *Twitter* se mostra um recurso interessante para “resolver” essas lacunas. A sequência de *tweets* permite a adição de uma nova publicação ao fio a qualquer momento, em ação que pode ser utilizada para tratar justamente destes desdobramentos da narrativa. Tal uso pode ser observado no próprio objeto desta pesquisa. Motta (2013) elucida também que o analista de narrativas pode recorrer a ensinamentos dos roteiristas, cujos conceitos de *script* e *storyline* podem ser úteis para observar o texto. Essa perspectiva se torna interessante e útil, ao levar em consideração que as narrativas a serem analisadas na presente pesquisa são produzidas e apresentadas de forma fragmentada; e um movimento de observação e organização da estrutura temporal e discursiva da mesma se mostra necessário para uma análise efetiva.

Conforme exposto anteriormente, Quadros, Nasi e Motta (2017) apontam que, apesar de o referencial teórico acerca das análises narrativas estar claro, ainda há desafios para a composição de sistematizações metodológicas, tanto do ponto de vista do objeto, quanto dos métodos e recursos para a análise. De acordo com levantamento realizado pelas autoras, a Análise Crítica da Narrativa proposta por Motta (2013) acaba se sobressaindo como a principal proposta metodológica utilizada por pesquisadores das áreas de comunicação e jornalismo para analisar narrativas. O próprio Motta aponta,

em seu livro, que o que apresenta, por mais que pareça, não se trata de um roteiro didático de análise, uma vez que cada pesquisa segue um caminho próprio e individual, aliada às percepções e objetivos do pesquisador.

O autor aponta três instâncias possíveis de análise de uma narrativa: **a) plano da expressão; b) plano da estória; e, c) plano da metanarrativa.** O primeiro se refere mais especificamente ao texto, ao discurso, à linguagem. Neste plano é analisado, principalmente, o enunciado narrativo exposto pelo narrador. Aqui podem ser identificados, por exemplo, expressões utilizadas pelo jornalismo que busquem produzir um efeito de ironia, ou o uso de hipérboles, por exemplo. No plano da expressão, são identificadas, então, as estratégias de linguagem utilizadas para produzir determinados efeitos de sentido; podendo ser aqui descoberta também a intencionalidade do narrador. O plano da estória se refere ao conteúdo, à intriga. Relativamente autônomo ao plano da expressão, este se refere ao plano virtual da estória projetado na mente do leitor durante o processo de recepção, a partir dos recursos e estratégias utilizados pelo narrador. Por fim, o plano da metanarrativa é o mais abstrato e evasivo, uma vez que invoca imaginários culturais, onde motivos de fundo ético ou moral integram as ações da narrativa em uma estrutura mais pré-textual. É o plano de realização da fábula, da cosmovisão e da mitologia.

Segundo Motta (2013, p.132), “o analista da narrativa [...] deverá privilegiar o plano da estória, mas é inevitável que este plano seja estudado simultaneamente ao plano da expressão, pois os dois são fortemente independentes”. As lógicas específicas do espaço digital interferem nos processos comunicacionais envolvidos na produção, circulação e recepção das narrativas em questão, gerando uma reconfiguração evidente nessa estrutura tradicional. Ao refletir sobre o objeto de pesquisa e as supracitadas instâncias narrativas propostas, se constata a necessidade de situar os movimentos analíticos e metodológicos da presente pesquisa mais intensamente no plano da expressão. Levando em consideração que o foco aqui não está centrado, especificamente, nos processos de recepção do conteúdo jornalístico, considera-se que a análise deve evidenciar o plano de expressão das narrativas, a fim de observar similaridades (ou não) com a estrutura do texto jornalístico tradicional e, principalmente, as especificidades desta forma

narrativa digital, construída a partir de uma sequência de *tweets*, pensada e produzida exclusivamente para uma mídia social.

Conforme Motta (2013), no plano da expressão, se deve observar atentamente o uso de recursos de linguagem, como metáforas e comparações, por exemplo; e atentar para a utilização de recursos audiovisuais (como mapas, gráficos, vídeos, etc). Essa observação gera a criação de um enredo que possibilita uma visão mais clara das estratégias do narrador. Motta (2013, p.146) aponta que o analista deve observar também “de que maneira o narrador se posiciona em relação ao referente, o ponto de vista adotado, a perspectiva da narração, os enquadramentos dramáticos utilizados, etc.”, salientando que não se pode perder de vista que o pesquisador está a todo momento descortinando e recompondo as partes da narrativa. E tal movimentação não ocorre necessariamente para entender a estrutura interna da estória em si,

[...] mas para observar e compreender as estratégias e astúcias textuais que criam uma situação de comunicação em que há, de um lado, intenções e estratégias comunicativas de uma narrador; de outro, respostas de uma audiência que atualiza as marcas deixadas no texto para interpretar o projeto dramático de construção da realidade. (MOTTA, p. 146, 2013)

A análise crítica proposta por Motta (2013) pressupõe que o narrador em questão, fazendo uso da comunicação narrativa, utiliza estrategicamente os recursos de linguagem para construir um discurso argumentativo na relação com seu interlocutor. A narrativa é usada então para atrair, seduzir, obter efeitos de sentidos ou satisfazer a uma necessidade do leitor. O narrador procede de acordo com as possibilidades e recursos discursivos e operacionais que dispõe, e com as reações que ele presume a respeito do processo de recepção. O autor conclui que esse movimento metodológico “busca, portanto, situar o texto no contexto comunicativo, como um ato de fala que revela intenções e interpretações próprias e específicas”. (MOTTA, 2013. p. 160).

Segundo Ribeiro (2008), a técnica da entrevista também se mostra um válido instrumento do qual os pesquisadores têm se utilizado com grande frequência e profundidade a fim de enriquecer suas pesquisas. Segundo a autora, pode ser lançada mão de uma entrevista sempre que surge a necessidade de obter dados que não podem ser encontrados em registros e

fontes documentais, por exemplo, mas que podem ser fornecidos por determinadas pessoas. Ribeiro (2008) aponta que a entrevista pode ser considerada como uma das técnicas mais pertinentes quando o pesquisador quer obter informações específicas a respeito do seu objeto; portanto, mostrou-se bastante válida e pertinente a realização de uma entrevista com algum representante do jornal *Folha de S. Paulo*, cujo perfil no *Twitter* abriga as *threads*, analisadas na presente pesquisa. Com isso, chegou-se até o jornalista Mateus Camillo, Editor de Interação e Redes Sociais da *Folha* e responsável pela criação e manutenção das *threads* no *Twitter* do jornal. Em entrevista em vídeo, gravada, concedida ao autor deste trabalho através da plataforma *Google Meet*, no dia 03 de dezembro de 2021, Mateus respondeu perguntas acerca de sua trajetória e da Editoria, do posicionamento da *Folha de S. Paulo* no *Twitter*, sobre a criação e utilização das *threads* pelo jornal, dentre outros questionamentos pertinentes à presente pesquisa. A transcrição integral da entrevista encontra-se ao final deste trabalho, no Apêndice A.

4.2.1 O corpus

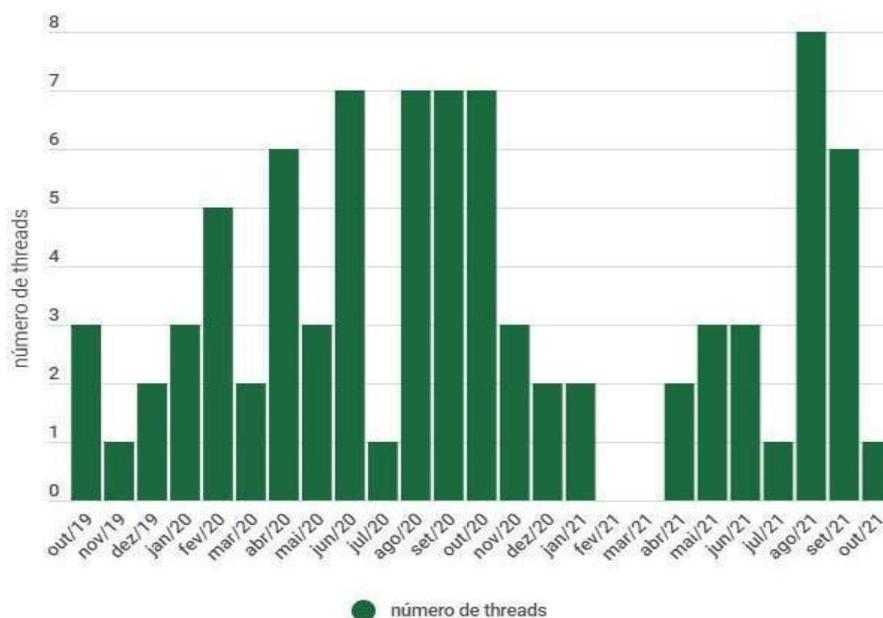
A possibilidade de criar ou transpor longos textos jornalísticos para uma mídia social com milhões de usuários que também querem se informar por ela é essencial. Conforme mencionado anteriormente, ocorre o processo de apropriação do jornalismo a um recurso que não foi pensado para seu conteúdo: as suas narrativas tradicionais (sejam notícias ou reportagens) precisam ser fragmentadas na mídia social. Pioneiro na utilização deste recurso que gera uma sequência de publicações, o jornal *Folha de S. Paulo* publica *threads* periodicamente em seu perfil no *Twitter* desde janeiro de 2019. O período temporal escolhido para compor o corpus da presente pesquisa compreende dois anos de publicação: de outubro de 2019 à outubro de 2021. Neste período, o jornal publicou **85 threads** em seu perfil no *Twitter*.

Em um momento inicial da pesquisa, o período a ser considerado para a seleção do *corpus* seria de agosto de 2019 a agosto de 2021, visando, principalmente, atender aos próprios prazos de qualificação da presente dissertação de mestrado. Porém, durante o processo de desenvolvimento da pesquisa, observou-se que houve momentos, neste período mencionado, em que não ocorreu a publicação de *threads* no perfil do jornal. Levando isto em

consideração, e o fato de que o foco da análise não é a verificação da recorrência de um tema específico, por exemplo, e sim a utilização do recurso em questão – a *thread* –, foi fundamental para a pesquisa que o mesmo recurso aparecesse em quantidade no *corpus*. Logo, optou-se por iniciar com o próximo mês em que a *Folha* retomou a publicação de *threads*, ou seja, outubro de 2019. Optou-se também pela escolha de dois anos corridos de publicações, a fim de abarcar os mais variados tipos de utilização do recurso, bem como os usos mais recentes e inéditos do mesmo; conforme corroborado, inclusive, pelo Editor de Interação e Redes Sociais da *Folha* em entrevista ao autor deste trabalho (Apêndice A).

Para fins de uma melhor visualização numérica, bem como da ocorrência da utilização do recurso pela *Folha*, a Figura 7, na sequência, organiza graficamente o *corpus* selecionado para a análise:

Figura 7: Número de *threads* publicadas pela *Folha de S. Paulo*



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

5. ANÁLISE

Conforme previamente mencionado, a seleção do corpus resultou em 85 sequências de *tweets* passíveis de análise, todas publicadas pelo jornal *Folha de S. Paulo* em seu perfil no *Twitter* do mês de outubro de 2019 à outubro de 2021. Para a análise, foi levada em consideração a data de publicação original da *thread* no perfil da *Folha*. No caso das sequências que foram atualizadas em outros momentos, ou seja, tiveram novos *tweets* acrescentados ao fio, considerou-se a data de publicação do primeiro *tweet*. Geralmente a sequência é incorporada no dia seguinte de sua publicação à já mencionada “*thread* de todas as *threads*”.

A fim de uma melhor visualização dos usos do recurso em questão pelo veículo, e conforme proposto por Laurence Bardin (2016) como uma das etapas de construção de uma Análise do Conteúdo, buscou-se criar um processo de categorização. Os movimentos anteriores de leitura, pré-análise e codificação do conteúdo, previamente mencionados, suscitaram a criação de categorias distintas que possibilitassem uma triagem das 85 *threads*, de acordo com as maneiras distintas em que a utilização do recurso se deu pela *Folha de S. Paulo*. Cada *thread* foi incluída em somente uma categoria. Nos casos onde houve dúvidas de qual a categoria mais apropriada para inclusão da sequência em questão, levou-se em consideração a utilização do recurso que se mostrou mais preponderante na publicação. Houve três *threads* que não correspondem a elementos e usos que caracterizaram as definições das categorias criadas, logo, são apenas brevemente apresentadas e descritas em uma última categoria, denominada “Outros”.

São sete as categorias criadas, nomeadamente: Explicação/Aprofundamento; Especial/Série de Reportagens; Cronologia dos fatos; Listagem; Autorreferencialidade; Cobertura de eventos e Outros. Conforme citado, as seis primeiras categorias são as que demonstram a recorrências de utilizações das *threads* pelo jornal e estão apresentadas em ordem de maior ocorrência. Em sua definição, considera-se:

a) Explicação/Aprofundamento

Esta categoria trata-se das *threads* que a *Folha* publicou pretendendo explicar didaticamente alguma questão, como em “O que é o PIB?”, ou “O sucesso olímpico e ascensão do *skate*”, além de narrativas para aprofundar-se sobre algum assunto específico já tratado anteriormente, trazendo desdobramentos, ou um tema que esteja em discussão no momento, por exemplo. Contabiliza-se 22 das 85 *threads* nessa categoria, o que representa 25,8% do total de *threads* analisadas.

Em 26 de agosto de 2021, a *Folha* publicou uma *thread* de teor bastante didático explicando o que era o Marco Temporal e porque os indígenas estavam protestando contra ele. Com 19 *tweets*, a sequência usa como gancho um recurso que o STF julgava no mesmo dia da publicação que, se aprovado, afetaria diretamente o processo de demarcação de terras indígenas no Brasil. Nota-se ser a segunda vez em que o jornal utiliza uma imagem padronizada com a chamada, para ilustrar o primeiro *tweet* da *thread*, funcionando como uma espécie de “capa”; o que pode ser visto na Figura 8, a seguir:

Figura 8: Primeiro exemplo de *thread* de Explicação/Aprofundamento



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

A *thread* segue, em um primeiro momento, explicando do que se trata o marco temporal, depois falando sobre uma carta contra o mesmo, assinada por mais de 180 personalidades brasileiras e entregue ao STF. No décimo quarto *tweet*, foi *linkado*, de modo a gerar uma pré-visualização, um vídeo do canal do *YouTube* da *Folha*; trata-se de um dos audiovisuais que compõem a série “E Eu?”. Publicada a partir do dia 24 de fevereiro de 2021, como parte dos 100 anos do veículo, a série de vídeos visou apontar falhas do jornalismo na cobertura da diversidade brasileira. Negros, refugiados, pessoas com deficiência, pais de santo, transexuais, dentre outras minorias políticas e sociais falaram ao jornal na série de vídeos. O vídeo *linkado* na *thread* em questão traz o depoimento do indígena Thiago Karai, e é intitulado “Imprensa contribui para a destruição ao não olhar a realidade indígena, diz ativista”.

No material, publicado originalmente no canal da *Folha* em seis de março de 2021, Thiago diz que a mídia não deve normalizar violações do governo aos direitos de povos originários. Observou-se que os dois *tweets* que se seguem a este se voltam ao encerramento da *thread*, como visto em outros exemplos. Aqui foram creditados os responsáveis pelo texto, foto e pela produção da própria *thread*, além do tradicional chamamento para que o leitor assine o jornal, como pode ser conferido a seguir, na Figura 9:

Figura 9: Segundo exemplo de *thread* de Explicação/Aprofundamento



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

Nesta *thread* observou-se também um caso bastante comum e suscitado pelo recurso: a possibilidade de voltar a alimentar o fio com novas publicações em um momento posterior. Uma semana depois, no dia dois de setembro de 2021, mesmo após já ter “encerrado” a sequência, a *Folha* optou por incluir mais três *tweets* falando sobre a retomada do julgamento do Marco Temporal pelo STF. Entre eles, foi incluído um *link* para a coluna da filósofa Djamila Ribeiro sobre o tema. O último traz um vídeo da repórter Jéssica Nakamura, no formato *stories*, resumindo todo assunto. Quando um novo *tweet* é acrescentado a uma *thread*, ele aparece na *timeline* do usuário como se fosse uma nova publicação, isolada. Porém, a presença do fio gráfico vertical junto ao *tweet*, informa ao leitor que a publicação em questão pertence a uma sequência já em andamento; e ao clicar sobre este *tweet*, todos os anteriores, e/ou posteriores, se abrem, revelando a *thread* inteira.

Conforme mencionado anteriormente, a *thread* é uma das primeiras a apresentar uma espécie de identidade visual do jornal, que aparece na imagem que ilustra o primeiro *tweet*. Conforme o editor Mateus Camillo (2022) isso

também se trata de uma estratégia da *Folha*, com inspiração em grandes veículos internacionais como o *The New York Times* e o *The Guardian*:

O jornalismo é muito doido; de um, dois anos para cá você abre seu *Instagram* e não vê mais vídeo nem foto que não tenha nenhum texto acompanhando. Qualquer post vai ter alguma informação textual, então a gente acabou se adaptando a isso também, ao criar essa identidade visual. A nossa percepção é de que tá dando super certo, mas ainda estamos fazendo testes, que vão ser contínuos. Todos os veículos estão mudando constantemente, eles criam uma identidade visual, depois mudam um pouquinho, começam a fazer uns testes de uns modelos.

Um outro exemplo de uso da *thread* de forma a realizar uma explicação ou desdobramento de determinado tópico pôde ser observado no dia 12 de agosto de 2020. No dia anterior, o ministro da Economia, Paulo Guedes declarou que sua equipe econômica havia sofrido “uma debandada”, com o pedido de demissão de vários membros. O assunto logo virou pauta, inclusive no *Twitter*, haja visto que o Ministério da Economia já vinha em uma crescente de desligamentos e trocas de cargos. A *Folha* optou por ilustrar o *tweet* que introduz o fio com um GIF de uma cena do personagem Joey, da *sitcom* estadunidense *Friends*, onde se lê “estou tão confuso!”, em inglês; a publicação pode ser vista a seguir, na Figura 10.

Figura 10: Terceiro exemplo de *thread* de Explicação/Aprofundamento



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

A *thread* segue, mencionado a fala do ministro e a saída de dois secretários especiais, com os próximos *tweets* trazendo um breve histórico dos mesmos e de seu trabalho na pasta. Em seguida, a *Folha* expõe que a demissão destes dois secretários reflete uma aceleração de baixas que já vinham ocorrendo. Os próximos seis *tweets* trazem os nomes de funcionários que já haviam sido demitidos/substituídos desde 2019. São *linkadas* matérias com a opinião de economistas e especialistas sobre o que a “debandada” representa para Paulo Guedes e sua agenda liberal, bem como sobre sua relação com o presidente Jair Bolsonaro. O último *tweet* do fio traz o *link* para um editorial da *Folha* sobre a questão, como pode ser visto na Figura 11, a seguir.

Figura 11: Quarto exemplo de *thread* de Explicação/Aprofundamento



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

Observa-se nesse último exemplo a presença de um recurso bastante utilizado nas *threads* da *Folha* em geral, o GIF (que neste caso também é um meme). De acordo com Mateus Camillo (2022), a intenção é utilizar o máximo de recursos audiovisuais possíveis na construção dos fios. O editor comenta que sempre que o jornal incluir algo GIF ou meme em uma publicação do *Twitter*, prontamente terão vários comentários sobre isso, o que impulsiona a viralização do conteúdo em questão. Um caso de utilização de meme em uma *thread*, de forma irônica, que também viralizou bastante, ocorreu em seis de abril de 2020. Com o título “AS OBSESSÕES DE BOLSONARO”, a sequência tratava de certos temas polêmicos constantemente discutidos pelo presidente Jair Bolsonaro. No primeiro *tweet* da *thread* foi incluído um GIF de cena do filme estadunidense *Meninas Malvadas* (2004), onde a personagem Regina George diz a frase: “Why are you so obsessed with me?” (Por que você está tão obcecado por mim, em tradução literal do inglês). O momento é marcante no filme, e tornou-se um meme que é bastante mencionado até hoje.

A utilização do mesmo pelo jornal de forma irônica e humorística na *thread* mencionada foi recebida com certa surpresa, haja visto que trata-se de uma publicação jornalística de um veículo de referência; mas também foi bastante elogiada pelo tom descontraído que trouxe ao conteúdo. Sobre a utilização de recursos audiovisuais, principalmente nos primeiros *tweets* da sequência, como nos exemplos aqui apresentados, Camillo (2022) reafirma que, sempre que possível, priorizo utilizar um recurso ilustrativo diferente, “não somente a capa, o *card* da matéria do site”. Conforme o editor, “dar uma cara diferente à *thread*, aumenta sua chance de viralização; primeiro criamos todo o fio e aí depois a gente depois a gente pensa em qual vai ser a capa” (CAMILLO, 2022).

Nesta categoria de aprofundamento/explicação, também se observa o frequente uso de chamamentos ao leitor, que justamente o convidam para se aprofundar no tema ali discutido. Segundo Motta (2013) tais chamamentos também estão relacionados ao caráter “pedagógico” das narrativas digitais; *links* e enunciados como “relembre aqui”, “entenda a notícia”, e “para saber mais”, que geralmente aparecem nos primeiros *tweets* de uma *thread*, são interessantes para manter o interesse do leitor em uma narrativa tão dinâmica.

b) Especial/Série de Reportagens

Aqui entram as séries de reportagens e/ou especiais produzidos pelo jornal e que foram publicadas/circuladas no *Twitter* do veículo a partir de *threads*. Numericamente, tem-se 17 das 85 *threads* nessa categoria, o que representa 20% do total coletado.

O primeiro exemplo trata-se da utilização da *thread* para a publicação, no dia 26 de dezembro de 2019 de uma retrospectiva do noticiário internacional no ano de 2019 em formato de especial, realizada pela editoria Mundo da *Folha de S. Paulo*. A proposta aqui foi reunir as principais notícias de alguns países ao longo do ano que passou. Para tanto, foram criadas outras *threads* dentro desta *thread*, dedicadas a cada continente específico: América (onde também foram criados outros três fios, separando o continente em América do Norte, América Central e América do Sul), África, Europa, Ásia e Oriente Médio, e Oceania. No primeiro *tweet* da sequência foram mencionados os perfis no *Twitter* da editoria Mundo do jornal e do jornalista Rafael Balago,

correspondente da *Folha* em Washington D.C, EUA. No mesmo *tweet* também se lê: “Siga o fio (e os fios dentro do fio)”, indicando o modo de organização da *thread* aos leitores. A estrutura visual do fio pode ser vista na Figura 12, a seguir, com exceção da indicação da *thread* da Oceania.

Figura 12: Primeiro exemplo de *thread* de Especial/Série de Reportagens



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

Dentro de cada *thread* adjacente foi apresentado o nome de um país do continente, acompanhado de um *emoji*²⁰ de sua bandeira, com o *link* para uma matéria do jornal sobre o principal acontecimento do país em questão em 2019. Também foi incluída a *hashtag* #Aconteceu2019 e a menção ao perfil da

²⁰ *Emoji*, termo de origem japonesa, é um pictograma ou ideograma, ou seja, uma imagem que transmite a ideia de uma palavra ou frase completa. Atualmente, os *emojis* são muito populares nas mídias sociais. Sua popularidade é tão grande que, em 2015, o *emoji* “chorando de rir” foi escolhido como a palavra do ano, devido a sua significância cultural.

editoria Mundo do jornal no *Twitter* em todas as publicações. Em caso de ter mais de uma notícia por país foi criada uma outra *thread*, como pode ser visto na Figura 13, a seguir. No caso, ao clicar na *thread* “América” e depois na “América do Sul”, surgiam sequências específicas de Argentina, Chile, Venezuela e Peru. Para a Colômbia foi incluído um *tweet* na própria *thread* América do Sul, haja visto que foi apresentada somente uma notícia.

Figura 13: Segundo exemplo de *thread* de Especial/Série de Reportagens



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

Constata-se aqui o intenso uso e apropriação da *thread*, de forma a organizar e tornar bastante claro, intuitivo e também interativo o acesso às informações pelo leitor. Conteúdos como série de reportagens/especiais temáticos são, notoriamente, bastante extensos, pois visam um aprofundamento ou apanhado sobre determinado tema; logo, a criação ou transposição destes para um ambiente como o *Twitter* é bastante desafiadora. A *thread* se mostra uma aliada nessa empreitada. A alternativa de transpor tal

conteúdo de forma satisfatória para os leitores da mídia social se mostra bastante benéfica.

Um outro exemplo de utilização do fio para a circulação de uma série de reportagens produzida pela *Folha*, ocorreu no dia 24 de setembro de 2020. Intitulada “50 ESTADOS, 50 PROBLEMAS”, a *thread* rearranjou a série de reportagens de mesmo nome publicada pelo jornal em seu site, referindo-se aos 50 estados dos EUA e seus principais problemas e “questões estruturais”, que viriam a ser encarados pelo novo presidente, eleito nas eleições de novembro do país. A sequência conta com o primeiro *tweet* e outros 50 que seguem, cada um dedicado a um estado, conforme pode ser visto na Figura 14, a seguir. Nota-se também a inclusão de um *emoji* ao lado no nome de cada estado, relacionado ou ao estado em questão ou ao tema da matéria divulgada.

Figura 14: Terceiro exemplo de *thread* de Especial/Série de Reportagens



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

c) Cronologia dos fatos

Nessa categoria, foram incluídas as *threads* utilizadas pela *Folha* como uma forma de narrar e reordenar cronologicamente uma sequência de episódios a partir de um acontecimento. Na maioria dos casos, observou-se que o jornal utiliza as próprias datas (dias, meses e anos) para narrar e organizar os eventos na ordem em que aconteceram. Contabiliza-se 16 das 85 *threads* nessa categoria, 18,8% do total coletado. A seguir, são apresentados exemplos de sequências que ilustram esta categoria.

Em *thread* publicada no dia sete de junho de 2021, a *Folha de S. Paulo* apresentou a cronologia dos embates do presidente Jair Bolsonaro com a imprensa “nos últimos dois anos e meio”. Com 33 *tweets*, a sequência relembra ofensivas do Presidente da República contra jornalistas e demais profissionais da imprensa, apresentando a data do ocorrido em questão no início de cada publicação. O primeiro *tweet*, que pode ser conferido na Figura 15, a seguir, apresenta a inscrição “GOVERNO BOLSONARO VS IMPRENSA: A CRONOLOGIA” com a adição de *emojis*, o que pode ser lido como o “título da *thread*”. Em seguida, o clássico chamamento: “siga o fio”.

Figura 15: Primeiro exemplo de *thread* de cronologia dos fatos



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

A publicação seguinte relembra episódio de 10 de março de 2019, em que Bolsonaro divulgou um relato deturpado de conversa com a jornalista Constança Rezende, que trabalhava para o jornal *O Estado de S. Paulo* na época do ocorrido, e já na *Folha* quando foi publicada a *thread*. Nas publicações que seguem, são relatados, sempre com a data do ocorrido, outros episódios em que Bolsonaro ataca a imprensa, principalmente relacionados com a própria *Folha*; como quando o presidente disse que o jornal não devia contratar “qualquer uma”; que havia cancelado a assinatura do periódico no governo federal e o episódio notório envolvendo o insulto com insinuação sexual à jornalista Patrícia Campos Mello.

Um outro *tweet* traz um ocorrido marcante no dia 25 de maio de 2020: a hostilização de jornalistas por parte de apoiadores do presidente em frente ao Palácio da Alvorada, o que levou a *Folha* e o Grupo Globo a suspenderem a cobertura jornalística no local. O décimo-nono *tweet* relembra que o então colunista da *Folha*, Hélio Schwartsman, que havia publicado no jornal um texto opinativo intitulado “Por que torço para que Bolsonaro morra”, foi intimado a depor em inquérito instaurado pelo então ministro da Justiça com base na Lei de Segurança Nacional. A *thread* encerra com dois *tweets* em que a *Folha* interpela o internauta através de perguntas, conforme pode ser visto na Figura 16, a seguir:

Figura 16: Segundo exemplo de *thread* de cronologia dos fatos



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

Observa-se a inclusão de um *link*, na penúltima publicação, para matéria no site, onde é apresentado um breve texto com algumas das informações contidas na *thread* e o vídeo em questão da *TV Folha*, que compila ataques de Bolsonaro à imprensa e o jornalista. Se nota o “chamamento” do jornal para que seu leitor não só baixe o vídeo, mas também o compartilhe entre seus contatos. No *tweet* que encerra a sequência, a *Folha* convida o seu leitor do *Twitter* a assinar o jornal, com uma frase irônica que menciona seu “jornalismo independente e de qualidade”. O convite corrobora fala do editor Mateus Camillo (2022), que diz ser um objetivo do jornal converter seus leitores das mídias sociais a assinantes efetivos do periódico.

Um segundo exemplo de uso deste recurso pelo jornal, de forma a apresentar os fatos de uma narrativa de forma cronológica, se deu no dia 18 de agosto de 2020. Em *thread* de 18 *tweets*, a *Folha* falou sobre o caso da menina de 10 anos, estuprada pelo tio, cujo aborto legal ganhou repercussão nacional. A primeira publicação traz o título “#MENINA10ANOS EM 10 CAPÍTULOS”,

seguido do chamamento para “seguir o fio” e entender o caso. O uso da *hashtag* evidencia a intenção do jornal de buscar um maior alcance para a *thread* e também integração com o que estava sendo discutido no *Twitter* no momento, uma vez que a *hashtag* muito provavelmente devia estar nos Assuntos do Momento, devido a comoção nacional do caso.

Praticamente todos os *tweets* trazem uma espécie de entretítulo e também a data do momento em questão, gerando um modo de organização da narrativa fragmentado e cronológico, bastante similar ao da *thread* apresentada como exemplo no quarto capítulo do presente trabalho. O segundo *tweet* da sequência, que introduz essa narrativa de dez atos, pode ser visto na Figura 17, abaixo:

Figura 17: Terceiro exemplo de *thread* de cronologia dos fatos



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

A *thread* segue apresentando também, nas publicações seguintes, os entretítulos: “2. A INVESTIGAÇÃO”, “3. A JUSTIÇA”, “4. A VIAGEM”, “5. O TUMULTO”, “6. O FANATISMO”, “7. A EXTREMISTA”, “8. O DESFECHO”, “9. A PRISÃO” e “10. AS REPERCUSSÕES”. Ao longo dos *tweets*, o jornal fala sobre o aborto da menina, autorizado pela justiça e as tentativas de intervenção

no caso, por fanáticos religiosos e, principalmente pela extremista de direita Sara Winter. Os dois últimos entretítulos são dedicados ao desfecho da narrativa, falando sobre a finalização do procedimento de interrupção da gravidez da menina e a prisão do tio, suspeito do estupro. Os últimos seis *tweets* tratam da repercussão do caso por ativistas, juristas, políticos e religiosos.

Observa-se que, em ambos os casos, a *Folha de S. Paulo* se valeu do recurso da *thread* para narrar um acontecimento, ou vários, de forma cronológica, ou seja, na exata ordem em que os fatos foram ocorrendo. O primeiro exemplo, sobre os ataques de Bolsonaro à imprensa, também poderia se encaixar na categoria “listagem”, haja visto que elenca uma série de episódios. Porém, o fator cronológico se mostra de maior importância aqui, principalmente devido aos fatos apresentados serem de mesma temática. A fragmentação de uma narrativa (ou narrativas) exigida pela *thread* no *Twitter*, acaba permitindo ao jornal lançar mão de um modo de organização específico, uma vez que entrega ao seu leitor um texto mais fluido, melhor apresentado, gerando uma recepção do conteúdo diferente daquela apresentada em um texto com um único bloco no site ou no jornal impresso, por exemplo. Afinal, conforme Motta (2013) as narrações produzem significados, quando organizadas. Mateus Camillo (2022), Editor de Interação e Redes Sociais da Folha, corrobora essa ideia, atribuindo a essa forma narrativa e cronológica, ainda, a ideia inicial para a criação das *threads* do jornal:

[...] De certa forma as histórias ficam picadas nas redes [...]. Hoje a gente vive nessa era das múltiplas versões, e com a questão do IOF foi exatamente isso, com os bolsonaristas acusando a imprensa e a *Folha de fake news*. Aí ocorreu um estalo, eu lembro até hoje desse “momento *Eureka*”; era umas seis, sete horas da noite e eu falei: “vamos pegar essas *threads* e usar elas para organizar temporalmente essa história, para mostrar o que aconteceu de fato”, então criamos uma espécie de “narraçãozinha” mesmo; porque os bolsonaristas podem continuar com a versão deles, mas ficaram muito claros ali os fatos, porque ficou organizado de forma temporal [...].

Mota (2013) também discorre sobre essa ação “pedagógica” das narrativas, sobretudo as digitais, de situar a história por meio de *flashbacks*, ou outros relatos e acontecimentos, como em momentos em que são lembrados e/ou destacados outros fatos, às vezes até externos à narrativa em questão,

mas que são importantes para uma melhor compreensão ou dinamismo da mesma. Isso pode ser observado no primeiro exemplo desta categoria e também em outros casos apresentados a seguir. Rodrigues (2012, p.186) endossa as discussões sobre tempo, narrativa e cronologia na mídia social. Conforme a autora, a narrativa no *Twitter* evolui de acordo com o tempo cronológico dos humanos, cujo calendário é também o calendário da história. Para Rodrigues (2012), o tempo é uma das principais maneiras de organizar a narrativa, a tornando passível de entendimento. Constata-se, então, a grande utilidade das *threads* para narrar fatos em ordem cronológica. O fato de não haver limites de postagens diárias na mídia social, também dá ao usuário liberdade para atualizar algo já publicado, permitindo a inclusão de um novo fato à sequência, por exemplo.

d) Listagem

Outro uso que a *Folha de S. Paulo* faz com frequência do recurso das *threads*, é utilizá-las para apresentar uma listagem de conteúdos diversos. Como, por exemplo, relembrar todas as falas ou fatos sobre um tema, apresentar uma lista de razões/motivos ou dicas. 14 das 85 *threads* analisadas se encaixam nessa categoria, o que representa 16,4% do total coletado.

No dia 21 de janeiro de 2021, a *Folha* publicou, em uma *thread* com 18 *tweets*, apresentando uma série de razões para a abertura de um eventual processo de *impeachment* contra o presidente Jair Bolsonaro. A primeira publicação da sequência pode ser vista na Figura 18, a seguir:

Figura 18: Primeiro exemplo de *thread* de listagem



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

A *thread* segue, apresentando a mesma estrutura em todas as publicações: a acusação e o enquadramento, ou seja, qual crime foi cometido pelo presidente em tal episódio, conforme pode ser visualizado na Figura 19, a seguir. O penúltimo *tweet* traz o crédito do jornalista que produziu a *thread*. Observa-se também aqui a ordenação dos fatos em uma sequência temporal e cronológica de meses, dividida por “seções”; começando com março de 2019 e terminando em abril de 2020, com um ou mais *tweets* “distribuídos” entre eles.

Figura 19: Segundo exemplo de thread de listagem



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

Uma outra utilização deste recurso de forma a publicar uma lista pode ser observada no dia dez de maio de 2020, quando a *Folha* expôs uma série de figuras públicas que apoiavam Bolsonaro em algum momento e, depois, o "deixaram", "virando comunistas". Todas as publicações também apresentam a mesma estrutura. Em um *tweet* é incluído o nome da pessoa e a sua ocupação, seguido da inscrição "ANTES", a data e uma fala em apoio a Bolsonaro. O *tweet* seguinte traz a palavra "DEPOIS", a data e uma outra fala da pessoa, agora em contrariedade ao presidente. Ambos os casos são ilustrados com imagens. São listadas 19 pessoas, entre políticos, artistas e apoiadores. A estrutura pode ser conferida na Figura 20, a seguir:

Figura 20: Terceiro exemplo de *thread* de listagem

Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

Percebe-se, em ambos os casos, a utilidade do recurso do fio para organizar uma lista com várias informações que, em muitos casos, também contêm elementos independentes entre si. No segundo caso, por exemplo, o fato de um *tweet* estar anexado ao outro permite ao leitor uma rápida conexão entre o “antes” e o “depois” do mesmo personagem; mas ao mesmo tempo ele ainda percebe que se trata de uma lista com outros itens.

e) Autorreferencialidade

Nessa categoria, classifica-se aquelas *threads* utilizadas pelo jornal como uma forma de falar de si mesmo, seja articulando posicionamentos editoriais, seja para rebater críticas, como recebidas de políticos, por exemplo. A categoria conta com 11 das 85 *threads* coletadas, o que corresponde a 12,9% do total coletado.

No dia 24 de abril de 2020, a *Folha* publicou no *Twitter* uma de suas *threads* de maior repercussão. Com o título no primeiro *tweet* “NÃO ERA FAKE NEWS, ERA JORNALISMO; MORO CAIU”, o jornal respondeu, um a um, políticos, influenciadores e blogueiros bolsonaristas haviam acusado o veículo de ter propagado *fake news* em matéria publicada na manhã do dia anterior. Na manhã do dia 23 de abril, a *Folha* havia divulgado, em primeira mão, o pedido de demissão do então ministro da Justiça do governo Bolsonaro, Sérgio Moro. Com a exata mesma estrutura em quase todas as publicações (o nome e a ocupação do indivíduo, seguido da frase “não era *fake news*, era jornalismo” e uma reprodução da acusação do mesmo contra o veículo), o jornal rebateu treze bolsonaristas que o acusavam de divulgar notícias falsas. Um exemplo pode ser conferido na Figura 21, a seguir:

Figura 21: Primeiro exemplo de *thread* de Autorreferencialidade



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

Os últimos dois *tweets*, que encerram a *thread* e podem ser vistos na Figura 22, a seguir, trazem dois aspectos interessantes. O primeiro reforça,

como visto em outras sequências publicadas pela *Folha*, o convite para o leitor fazer a assinatura do jornal, nesse caso reforçada com uma frase de impacto. O último *tweet* traz *linkada* uma outra *thread* do jornalista Filipe Coutinho, que também rebate acusações de *fake news* contra a imprensa no caso Moro. A *Folha* admite ter se inspirado neste fio para a criação do seu.

Figura 22: Segundo exemplo de *thread* de Autorreferencialidade



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

Em uma outra *thread*, publicada no dia três de agosto de 2020, com o texto do primeiro *tweet* “No jornalismo praticado pela *Folha*, notícia e opinião não se misturam. Jornal adota a separação visual entre textos noticiosos e opinativos; siga o fio e entenda”; a *Folha* traz um posicionamento editorial bastante explícito e didático. Tal decisão partiu após a repercussão de um texto opinativo do colunista Hélio Schwartsman cujo título era “Por que torço para que Bolsonaro morra”, que inclusive aparece em uma outra *thread* do jornal, apresentada neste trabalho como exemplo da categoria “Cobertura de Eventos”, conforme indica a segunda publicação da sequência. O terceiro e o

quarto *tweets* da *thread* trazem o posicionamento editorial da *Folha* explicitamente, conforme pode ser observado na Figura 23, a seguir:

Figura 23: Terceiro exemplo de *thread* de Autorreferencialidade



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

Nos *tweets* seguintes, a *Folha* aponta que, para que essa divisão entre notícia e opinião fique clara, o jornal adota a separação visual entre editorias, e segue com publicações trazendo exemplos dos tipos de texto no jornal, acompanhadas de imagens ilustrativas. São citados: editorial, opinião, reportagem, análise, crítica e humor. Observa-se aqui dois momentos em que a *Folha* lança mão do recurso da *thread* para falar de si mesma. No primeiro exemplo, o jornal se defende de acusações sérias de divulgação de *fake news*, enquanto reforça seu *status* de jornalismo profissional e de credibilidade. O modo de organização do fio no *Twitter* permitiu ao jornal expor, em cada publicação, as próprias palavras de um de seus “acusadores” e, com a confirmação de que haviam publicada uma notícia verídica, puderam rebatê-

los, com uma frase curta, mas forte; adequando-se também ao limite de caracteres imposto pela mídia social. Aqui é possível perceber também que essa linguagem só se dá em função da lógica de conversação permitida pela rede, ou seja, trata-se de um ambiente mais informal que permite tal “atitude”. Em muitos casos, o engajamento dos leitores se dará, justamente, pela gramática compartilhada no uso dos recursos da rede.

No segundo exemplo, a *Folha* também publica uma narrativa de autodefesa, ao rebater as acusações, inclusive feitas por usuários do *Twitter*, de que o jornal desejava a morte do presidente da República, no caso em questão. A possibilidade da inclusão de recursos audiovisuais em cada publicação que compõe o fio permite ao veículo exemplificar, separadamente, as diferenças entre os gêneros jornalísticos, citados anteriormente. Também observa-se a estratégia, em ambos os exemplos, de publicar tal posicionamento também na mídia social, onde se tem mais alcance e também a possibilidade de rebater as críticas no mesmo ambiente em que elas foram feitas.

Conforme Mateus Camillo (2022), foi a partir da viralização de *threads* noticiosas que surgiu a possibilidade da criação de um fio auto-referencial. Ele aponta que não foi uma decisão só sua, houve uma discussão com a chefia do jornal, assim como ocorre sempre antes da produção de qualquer *thread* que contenha autorreferencialidade. Camillo (2022) aponta que a *Folha* sempre fez matérias e falou de si mesma, mencionando a criação do *Projeto Folha* nos anos 1980; logo, a Editoria de Interação e Redes Sociais busca seguir um pouco desse espírito do jornal nas mídias também.

Sobre a questão da autorreferencialidade, Ribeiro e Fossá (2011, p.344), também expõem que “as mídias jornalísticas têm utilizado novas estratégias de comunicação para assegurar os seus lugares de produção e circulação de sentidos”. Logo, é possível observar não somente uma construção social da realidade, mas também uma mudança nas formas de enunciação dos discursos jornalísticos, com a preocupação de construir uma ‘imagem de si’. Para Ribeiro e Fossá (2011), tais discursos são constituídos de estratégias de autorreferencialidade.

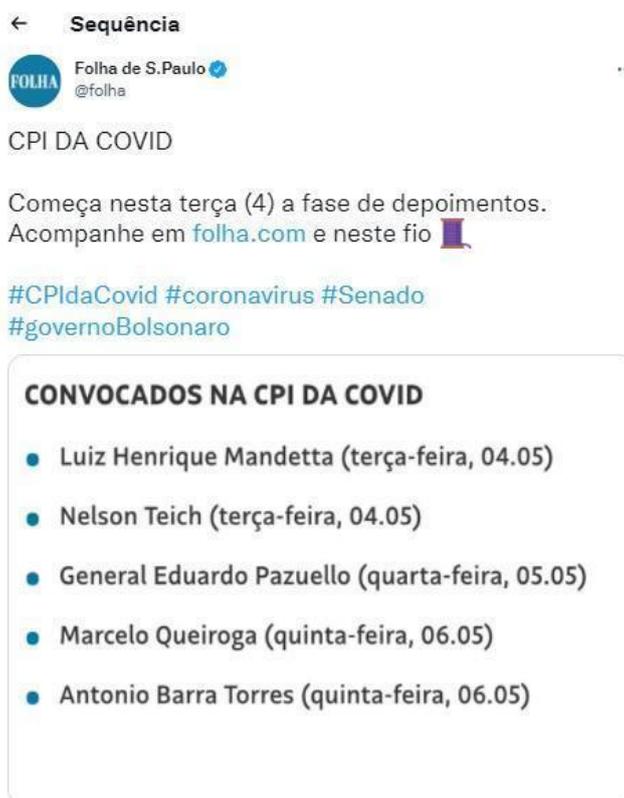
f) Cobertura de Eventos

Essa categoria abarca momentos em que a *Folha* utilizou o recurso da *thread* para realizar a cobertura em tempo real de eventos internacionais importantes; no caso do corpus do trabalho, foram dois: os primeiros trabalhos da CPI da Covid-19 no Senado Federal e a cerimônia do *Oscar* de 2020²¹. Apenas duas das 85 *threads* analisadas entram nessa categoria, o que corresponde a 2,35% do total coletado.

A *thread* publicada pela *Folha de S. Paulo* no *Twitter* no dia quatro de maio de 2021 se dedicou à cobertura em tempo real do depoimento do ex-ministro da saúde do governo Bolsonaro, Luiz Henrique Mandetta à CPI da Covid. A cobertura da sessão também estava sendo feita no site do jornal, onde inclusive constava um *player* da transmissão ao vivo da comissão pelo canal do *YouTube* da TV Senado e a transcrição de falas do ex-ministro em tempo real, com indicação do horário. Já no *Twitter*, foi criada uma longa sequência de publicações para a cobertura, atualizada com novos *tweets* em tempo real, totalizando 22 *tweets*. O primeiro pode ser conferido na figura 24, a seguir:

²¹ A CPI da COVID-19 foi uma comissão parlamentar de inquérito instalada pelo Senado Federal do Brasil, que investigou omissões e irregularidades nas ações do governo federal durante a pandemia de covid-19 no Brasil. O primeiro a ser ouvido pela CPI, no dia 4 de maio de 2020, foi Luiz Henrique Mandetta, primeiro ministro da saúde do governo Jair Bolsonaro. Já a 92.^a cerimônia de entrega dos *Academy Awards*, ou Oscars 2020, foi uma transmissão televisiva, produzida pela Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, que premiou os melhores atores, técnicos e filmes de 2019. O evento ocorreu em 9 de fevereiro de 2020, em Los Angeles, EUA.

Figura 24: Primeiro exemplo de *thread* de Cobertura de Eventos



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

A *thread* segue, com o segundo *tweet* apresentando o texto: “Veja o que você precisa saber sobre a CPI da Covid”, juntamente com o *link* para uma matéria no site do jornal, que reúne informações principais sobre o funcionamento de uma comissão parlamentar de inquérito no Senado Federal e, principalmente, da CPI em questão. O quinto *tweet* traz o texto “Entenda como a CPI da Covid pode contribuir para responsabilizar Bolsonaro por falas e postura na pandemia”, seguido de um *link* para matéria no site do jornal com o mesmo nome. A partir do sexto *tweet* começam, efetivamente, a transcrição e os resumos em tempo real de trechos do depoimento de Luiz Henrique Mandetta, conforme visto na Figura 25, a seguir:

Figura 25: Segundo exemplo de *thread* de Cobertura de Eventos



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

A sequência segue relatando o depoimento e, a partir do décimo-sexto *tweet* que compõe a *thread*, o jornal passou a incluir a *hashtag* #CPIdaCovid nas publicações, que, muito provavelmente, devia estar figurando entre os *Assuntos do Momento* no *Twitter*, devido ao grande interesse dos usuários da mídia social e comunidade em geral pelo evento. A *hashtag* foi incluída em todos os *tweets* a partir deste, até o último.

O outro momento em que a *Folha de S. Paulo* utilizou o recurso da *thread* para realizar a cobertura de um evento em tempo real, foi no dia 9 de fevereiro de 2020, falando sobre a cerimônia do *Oscar 2020*. Assim como no outro exemplo, o jornal também realizou a cobertura em seu site, com a inclusão constante de novas informações sobre o evento ao vivo. No *Twitter*, porém, foi criada uma grande *thread*, com 31 *tweets*, cujo primeiro pode ser conferido na figura 26, abaixo:

Figura 26: Terceiro exemplo de *thread* de Cobertura de Eventos



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

A *thread* começa trazendo, ao longo de vários *tweets*, matérias do site do jornal com todos os indicados à premiação, previsões de especialistas e críticos sobre os prováveis ganhadores nas principais categorias; seguindo com *tweets*, ilustrados com imagens, fazendo a cobertura da chegada das celebridades ao tapete vermelho. No quinto *tweet* (Figura 17, a seguir), o jornal questiona o palpite dos leitores, principalmente se o documentário brasileiro *Democracia em Vertigem* seria o vencedor da categoria Melhor Documentário de Longa Metragem.

Figura 27: Quarto exemplo de *thread* de Cobertura de Eventos



Fonte: Reprodução do *Twitter* (2022)

No sétimo *tweet*, foi incluído o *link* para uma análise do cineasta e jornalista Renato Terra, publicada no site do jornal com o título “Imparcialidade em documentários é ideia superada há muito tempo”, falando sobre o teor político e as polêmicas envolvendo *Democracia em Vertigem*. A partir do décimo *tweet* inicia-se a cobertura ao vivo do anúncio dos ganhadores, começando com a categoria Melhor Ator Coadjuvante, vencida por Brad Pitt, pelo filme *Era Uma Vez em... Hollywood*, o primeiro Oscar de sua carreira. No próximo *tweet*, foi incluído o *link* de uma reportagem com entrevista que Brad Pitt e Leonardo DiCaprio, astros do filme, concederam à *Folha de S. Paulo* anteriormente. A sequência segue, informando os próximos vencedores e outros fatos relacionados ao evento; como no décimo-quinto *tweet*, no qual é informado que Petra Costa diretora de *Democracia em Vertigem*, e a líder indígena Sonia Guajajara fizeram um protesto contra o desmatamento da Amazônia e assassinato de indígenas no tapete vermelho do evento. No vigésimo-sétimo *tweet* é incluída outra matéria do site, falando que bolsonaristas comemoraram a derrota do documentário de Petra Costa. A sequência encerra com o último *tweet* informando a vitória do sul-coreano

Parasita como Melhor Filme, sendo o primeiro longa em língua não inglesa a levar a estatueta nesta categoria.

Observa-se, em ambos os exemplos desta categoria, que, embora o jornal tenha realizado a cobertura dos eventos também em seu site, houve a intenção de também fazê-la no *Twitter*, onde a *thread* se mostrou como o melhor recurso para a ação. A possibilidade da rápida inclusão de um novo *tweet* às sequências quando uma nova categoria era anunciada no *Oscar*, ou uma nova informação era dita pelo ex-ministro durante a CPI da Covid, se mostra bastante interessante do ponto de vista de qualquer cobertura jornalística em tempo real, que pressupõe agilidade e dinamismo na entrega de novas informações aos leitores. É válido observar também como a *thread* permite a inclusão de outros assuntos e acontecimentos ao “tema principal”, tenham sido eles já publicados pelo jornal ou não.

Como exemplo, tem-se nessa categoria de *threads* a incorporação de conteúdos do site com um resumo do que os leitores precisavam saber sobre o funcionamento de uma comissão parlamentar de inquérito, as possíveis implicações da mesma para o presidente Jair Bolsonaro e até mesmo a inclusão de uma imagem, no primeiro *tweet*, com o calendário dos próximos depoimentos marcados para a CPI. Tais informações não são o foco principal da sequência de publicações, que visava acompanhar o depoimento de Luiz Henrique Mandetta, mas seu acréscimo não prejudica o entendimento, não faz os leitores perderem “o fio da meada”. Pelo contrário, pode propiciar, inclusive, em função do dinamismo e da lógica próprias do recurso da *thread*, informações mais completas. Na sequência de cobertura do *Oscar* também se observou a inclusão de outras informações para além da simples cobertura do evento, como, por exemplo, as questões políticas referentes ao documentário *Democracia em Vertigem* e ao protesto pela Amazônia no tapete vermelho, e uma matéria que foi *linkada*, lembrando outras vezes que o Brasil quase ganhou um *Oscar*, por exemplo.

A utilização de recurso audiovisuais também se mostrou de grande valia em ambos os casos; principalmente na *thread* do *Oscar*, na qual imagens dos looks das celebridades foram incluídas nos *tweets* que os mencionavam, bem como, as imagens dos filmes, diretores, atores e demais ganhadores “estampadas” nos *tweets* que anunciavam suas vitórias, ajudam o leitor a se

situar de quem se tratam os personagens dessa narrativa. Na *thread* de cobertura da CPI da Covid, embora a maioria das imagens se restrinjam à figura do próprio ex-ministro da Saúde, elas também ajudam o leitor a se ambientar ao local onde está ocorrendo o depoimento.

g) Outros

Conforme mencionado anteriormente, três *threads* não puderam ser incluídas em nenhuma das seis categorias criadas, destinadas à recorrência de utilizações das sequências pela *Folha de S. Paulo*. Elas são descritas a seguir.

No dia nove de janeiro de 2020, o jornal publicou uma sequência de apenas sete *tweets* com o título “CENSURA NA CULTURA”, em que, com o gancho da determinação judicial que censurou o especial de Natal do *Porta dos Fundos*²², também trouxe outros casos em que “a censura agiu sobre a seara cultural”.

No dia sete de abril de 2020, a *Folha* publicou uma *thread* intitulada “RECADOS DE MANDETTA A BOLSONARO NO ANÚNCIO DO 'FICO’”. Após indefinições, o ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, havia dito em pronunciamento no dia anterior (6) que continuaria à frente da pasta. A sequência traz 19 *tweets* com trechos da fala do então ministro.

Por fim, a última *thread* que não pôde ser categorizada foi publicada no dia 25 de outubro de 2020, com o título “O GOVERNADOR, O PRESIDENTE E A VACINA”. Com apenas cinco *tweets*, a sequência relembra, com foto, um momento de 2008, em que José Serra, então governador de São Paulo, vacina o então Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, contra a gripe. Os últimos *tweets* falam que tal ato parece longe da realidade e interpelam o leitor: “Você consegue imaginar Jair Bolsonaro (sem partido) sendo “vacinado” por João Doria (PSDB)?”

²² *Porta dos Fundos* é uma produtora de vídeos de comédia. A produção audiovisual especial em questão, de temática natalina, foi veiculado na *Netflix* em dezembro de 2020 e retrata Jesus Cristo, interpretado pelo ator Gregório Duvivier, como homossexual. Lideranças religiosas, ofendidas com a paródia, ajuizaram ao menos sete ações na Justiça contra a *Netflix* e a produtora. Em um primeiro momento, a exibição do especial foi suspensa por um desembargador do Rio de Janeiro. A decisão foi derrubada posteriormente pelo STF.

A partir da análise de 85 sequências de *tweets* publicadas pela *Folha*, através da exposição de categorias e exemplos que evidenciaram seus diversos usos pelo jornal, corrobora-se a efetiva possibilidade de criação e circulação de sequências narrativas no *Twitter*, a partir da *thread*, mesmo que sejam desenvolvidas de modo bastante segmentado. Conforme Rodrigues (2012, p.181), é possível extrair da referida mídia social, inclusive, “uma sequência narrativa mais ou menos como a pensada por Todorov e Motta”. haja visto que, por mais que sejam construídas a partir de fragmentos, os *tweets*, os mesmos contam “episódios de uma mesma estória”. Rodrigues (2012, p.181) continua expondo que, caso esses fragmentos “fossem ordenados em um mesmo bloco de texto, em prosa, ligados por termos de coesão e coerência, as postagens formariam uma narrativa tradicional, com personagens, ambientes tempos, conflitos [...]”. O que “liga” os fragmentos aqui é justamente um “fio” (não ironicamente, a tradução para o português de *thread*) gráfico vertical, que conduz o leitor pela história. Achando o primeiro *tweet* que introduz a sequência, é impossível para este leitor “perder o fio da meada”.

Logo, percebe-se que a estrutura específica da mídia social, no caso o *Twitter*, não se mostrou um empecilho para que o jornal construa suas narrativas; mas sim, possibilitou novas formas de criação das mesmas. De acordo com Rodrigues (2012, p.191) a narrativa consegue se reformular e se adequar ao novo suporte em que é produzida, mas o maior avanço é em relação às possibilidades da narrativa tradicional. Ou seja, os novos meios narrativos suscitados pela mídia social permitem um avanço nas formas de criação e circulação dos formatos notícia e reportagem, clássicos do jornalismo.

Conforme as contribuições já mencionadas de Harcup e O’Neill (2017) e Silva *et al.* (2020), o contexto da plataformização do jornalismo levou à criação de um novo valor-notícia, ligado à crescente importância das plataformas: o da “compartilhabilidade”, ou seja, narrativas com grande potencial de compartilhamento nas redes sociais. Após a análise, constatou-se que tal valor-notícia foi efetivamente levado em consideração para a publicação e circulação de muitas das 85 *threads* da *Folha* analisadas na presente pesquisa. De acordo com o próprio Editor de Interação e Redes Sociais da *Folha*, Mateus Camillo, o jornal busca criar (ou transformar em) *threads* conteúdos que possam viralizar e gerar um maior engajamento entre seus leitores do *Twitter*. Essa estratégia

auxilia uma outra, que visa também atrair novos leitores para as outras mídias do jornal, bem como convertê-los em assinantes do periódico.

A análise dos usos dados às sequências de *tweets* pelo jornal aqui exemplificados, juntamente com as falas de Camillo (2022), também permitiram constatar que as narrativas jornalísticas têm seus textos frequentemente dotados de artimanhas, estratégias e escolhas por parte do narrador. Conforme apontado por Motta (2005; 2013), é no plano de expressão da narrativa que pode se perceber tais estratégias; identificando, por exemplo, expressões utilizadas pelo jornalismo que busquem produzir um efeito de ironia ou hipérbole, por exemplo. Constatou-se o frequente uso de um tom irônico e também humorístico pela *Folha de S. Paulo* nas *threads* analisadas, principalmente naquelas em que o jornal se coloca em posição de “contra-ataque” ao Governo Bolsonaro ou seus apoiadores.

Conforme Motta (2005; 2013) no plano da expressão da narrativa, podem ser identificadas, então, as estratégias de linguagem utilizadas para produzir determinados efeitos de sentido; podendo ser aqui descoberta também a intencionalidade do narrador. Logo, constatou-se que, ao lançar mão de uma linguagem “jovem”, ancorada em memes e recursos audiovisuais, a *Folha* busca, através das *threads*, alcançar um leitor diferente daquele com o qual está habituada no site ou em outras mídias sociais do jornal. Ciente desse alcance entre seus mais de oito milhões de seguidores, o periódico frequentemente encerra suas sequências com um chamamento para que o internauta também siga o jornal em outras mídias, e, principalmente, se torne assinante da *Folha de S. Paulo*.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que guiou o presente trabalho, que discutiu as narrativas jornalísticas e sua inserção no contexto específico do *Twitter* foi a pergunta “como se dá a narrativa jornalística nas *threads* do *Twitter*?”. Para isso, em um primeiro momento, o texto trabalhou teoricamente conceitos importantes e relacionados ao tema da pesquisa, bem como necessários para responder seu problema. No segundo capítulo do presente trabalho, foi discutida a relação do jornalismo com as mídias sociais, com base nos estudos de autores como Zago (2014), Bell e Owen (2017) Silva *et al.* (2020), Recuero (2019) e Hermida (2010). O capítulo também explorou conceitualmente o *Twitter*, mídia social que é destaque na presente pesquisa. Se fez necessário introduzir e discutir os conceitos que definem e modificam essa atual arquitetura comunicacional digital, tão mencionada ao longo do texto, que abarca os objetos e as ações aqui analisadas. A estrutura que abriga o *Twitter*, que por sua vez abriga narrativas jornalísticas, é passível de constantes mudanças e reconfigurações, o que suscita inclusive a criação das *threads*, objeto de análise da presente pesquisa. Portanto, as discussões reunidas neste segundo capítulo do trabalho apresentam o ambiente digital no qual se inserem, efetivamente, as narrativas jornalísticas, o outro conceito basilar da pesquisa.

O terceiro capítulo do trabalho tratou justamente das narratividades. Depois de exposto o ambiente no qual elas foram aqui observadas, se fez vital falar mais especificamente sobre as mesmas. Inicialmente, mostrou-se necessário um breve movimento de resgate da contextualização teórica sobre o conceito de narrativa jornalística, ancorada em Motta (2017), Resende (2011) e Dalmonte (2010). Se percebe como a compreensão das narratividades foi indispensável para guiar os gestos de pesquisa. Entender a narrativa jornalística e suas especificidades, conceito clássico e caro aos estudos em jornalismo, ajudou a analisar, com maior propriedade, esses modos narrativos *do* e *no* ambiente digital. É necessário compreender o conceito de narrativa e sua operacionalização pelo jornalismo, ainda mais quando se propõe a investigar reconfigurações do mesmo. Afinal, segundo Motta (2013), é vital em uma análise de narrativa levar em conta não só o conteúdo narrado e sua condição de produção; mas também a narração em si (ou o ato de narrar), a

narrativa em si mesma, a narratividade encoberta ou descoberta e as ações e reações da audiência. Só assim será capaz de chegar até as intencionalidades do narrador e buscar uma compreensão integral do processo de comunicação.

Em um segundo momento do terceiro capítulo, o foco recaiu sobre as narrativas digitais. A partir dos estudos de pesquisadores como Marc Lits (2015) e Daniela Bertocchi (2016), foram discutidos aspectos específicos das narrativas produzidas e circuladas em ambiente digital. A síntese das ideias e discussões apresentadas no capítulo é caracterizar as *threads* da *Folha de S. Paulo* enquanto narrativas digitais, inseridas em um ambiente e contexto previamente apresentados no capítulo anterior. Com o estabelecimento dos conceitos teóricos que embasam e justificam a pesquisa e seu objeto empírico, o trabalho segue com a apresentação dos procedimentos metodológicos que foram empregados para a análise.

O quarto capítulo da presente dissertação apresentou a Análise de Conteúdo, de Bardin (2016), e a Análise Crítica da Narrativa, de Motta (2013), como metodologias basilares para a efetiva realização da análise do objeto da presente pesquisa. No mesmo capítulo falou-se da *Folha de S. Paulo*, veículo midiático de referência, cujo perfil no *Twitter* abriga as narrativas digitais que foram aqui analisadas; e o *corpus* da pesquisa, que consistiu em 85 sequências de *tweets* publicadas pela *Folha*, em um período de dois anos. A sequência apresentada como exemplo neste capítulo, apesar de não pertencente à seleção do *corpus* da pesquisa, serviu como demonstrativo e constatação não só de como se dá a estrutura das *threads* da *Folha*, mas também do potencial narrativo que as mesmas carregam e que foi posteriormente analisado e explorado.

Por fim, o quinto capítulo dedicou-se exclusivamente ao relato da análise do *corpus*, percorrendo sobre os resultados conforme as categorias construídas. Trabalhou-se com sete categorias distintas, que abarcaram as sequências conforme seus usos pelo jornal, nomeadamente: Cronologia dos fatos; Especial/Série de Reportagens; Cobertura de eventos; Autorreferencialidade; Explicação/Aprofundamento, Listagem e Outros. Foram citados dois exemplos de *threads* para cada categoria, ilustrados com imagens. Os exemplos foram analisados à luz dos conceitos teóricos e contextos apresentados nos primeiros capítulos da dissertação, bem como com

o auxílio de novos conceitos, articulados, sempre que necessário e pertinente, com falas do editor Mateus Camillo; aliados, também, às concepções e referências do pesquisador.

A análise de um corpus de 85 sequências narrativas produzidas pela *Folha de S. Paulo* em seu perfil no *Twitter* permitiu constatar que as mesmas são utilizadas pelo jornal de forma a atrair leitores e também produzir e circular conteúdos que em outras mídias, como o jornal impresso e o próprio site, não seria possível. Em entrevista ao autor deste trabalho, o Editor de Interação e Redes Sociais da *Folha*, criador das *threads*, afirma que reconhece os diferentes tipos de leitores do jornal, bem como aponta a intenção de levar os leitores das mídias sociais para o site, por exemplo. Além de, obviamente, o grande objetivo do jornal ser converter todos estes leitores em assinantes da *Folha*. É notória a utilização das *threads* do *Twitter* como forma de “conversar” com os usuários da mídia social e tratar de determinados assuntos com certa leveza e, até mesmo, ironia.

Levando em consideração que o objetivo geral do trabalho era identificar de que maneiras as *threads* do *Twitter* são utilizadas para a produção e circulação de narrativas jornalísticas; constata-se o cumprimento efetivo do mesmo. A partir de uma extensa análise, com a observação e a categorização do *corpus*, observou-se seis distintos e possíveis usos das *threads* para criar e/ou circular narrativas jornalísticas, ou seja, as categorias citadas anteriormente, todas oriundas do manejo e leitura atenta do *corpus*, propostas, portanto, a partir dos gestos de pesquisa. Seja para reorganizar cronologicamente determinados fatos, para se aprofundar em determinado tema ou até para falar de si mesmo, procurou-se identificar e discorrer sobre esses diversos usos narrativos das *threads* do *Twitter* pelo jornalismo.

Os objetivos específicos visavam compreender possíveis transformações da narrativa jornalística no *Twitter*, observar modos de apropriação da estrutura da *thread* pelo jornalismo e também compreender os aportes que o uso das *threads* no *Twitter* pelo jornal *Folha de S. Paulo* trazem para os estudos da narrativa jornalística. Foi possível constatar que, sim, a narrativa jornalística sofre reconfigurações em um ambiente como o *Twitter*, principalmente quando a mesma é transposta de uma outra mídia, caso bastante preponderante, conforme apontado no trabalho. A fragmentação

desponta como o maior desafio para a história, em que pese o fato de que ela precisa ser reorganizada de forma a atender as imposições do meio, como o limite de caracteres no *Twitter*, por exemplo. Todavia, tais transformações se mostraram bastante úteis narrativamente em muitos casos, haja visto que trazem benefícios como uma leitura mais fluida e dinâmica, ou uma melhor apresentação da história, dividida em atos. A narrativa pode se tornar mais elaborada também, com a inclusão de recursos audiovisuais e outras ferramentas nativas da mídia social no texto.

Os usos que a *Folha de S. Paulo* deu para o recurso da *thread* no *Twitter* ilustram também as formas das quais o jornalismo pode se apropriar desta estrutura nativa da mídia social. As diversas utilizações, que emergiram na presente pesquisa a partir do movimento de análise e de categorização, apontam, em um sentido mais geral e amplo, modos de apropriação deste recurso por parte do jornalismo. O narrador/jornalista pode explorar não só novos modos de reorganização, suscitados pela necessária fragmentação de sua história no meio, ao seu favor, como também os demais usos aqui apontados. Expor acontecimentos cronologicamente, apresentar conteúdos especiais ou série de reportagens, explicar ou até mesmo listar informações de maneira clara e organizada são exemplos de formas narrativas possibilitadas por uma sequência de *tweets* e, logo, passíveis de apropriação pelo jornalismo.

É um desafio realizar uma pesquisa com foco em uma análise crítica de narrativas jornalísticas e suas particularidades; afinal, conforme trabalhado na exposição conceitual da pesquisa, Motta (2017) aponta que os estudos e a pesquisa da narrativa jornalística estão ainda longe de constituir um campo de estudos autônomo. O momento que esse campo atravessa apenas rompeu o desconhecimento inicial; e os estudos desenvolvidos até agora ainda devem ser vistos como pioneiros, fruto de uma sondagem inicial. (MOTTA, 2017). A partir de reflexões e observações acerca das relações entre as narrativas jornalísticas e o ambiente digital, na construção desta pesquisa, entretanto, constataram-se diversas possibilidades de análise e estudo, que, por sua vez, se mostram pertinentes principalmente no sentido de avançar nessa concepção e constituição da pesquisa de narrativas jornalísticas enquanto campo teórico e autônomo. Logo, o presente trabalho problematizou o fazer jornalístico em

uma mídia social específica, o *Twitter*, partindo do pressuposto de que as narrativas jornalísticas também são produzidas e circuladas nesse espaço.

Conforme Motta (2013), a narrativa é usada para atrair, seduzir, obter efeitos de sentidos ou satisfazer a uma necessidade do leitor, portanto, cabe ao narrador (neste caso, o jornalista) lançar mão de estratégias discursivas que tornem a narrativa atrativa a seu leitor, principalmente se ela é circulada em um meio que pressupõe agilidade, como é o caso das mídias sociais. Constatou-se, então, que, ao utilizar o recurso das *threads* do *Twitter* para diversas maneiras de criação e circulação de suas narrativas jornalísticas, a *Folha de S. Paulo* demonstra buscar se adequar à mídia social, seus usuários e sua linguagem; ou seja, se esforça para dar aos seus leitores naquele espaço, aquilo que eles poderiam buscar acessar e ler. O jornal também utiliza esse recurso nativo do *Twitter* de forma a atender estrategicamente o desejo de maior alcance e circulação de seu conteúdo entre seus diferentes tipos de leitores. Verificou-se que o recurso da *thread*, apesar de trazer alguns desafios para a produção de uma narrativa jornalística tradicional, se mostra bastante útil para a necessária e inevitável inclusão do jornalismo no ambiente digital, possibilitando uma nova forma de circulação e produção de seu conteúdo em um espaço onde os usuários buscam, cada vez mais, informação de qualidade.

Por fim, mesmo que a presente dissertação tenha buscado abarcar as muitas temáticas possíveis de serem observadas nos campos do jornalismo digital e das narrativas jornalísticas, compreende-se não ser possível esgotá-las aqui. O trabalho abre um leque que permite inúmeros outros caminhos para pesquisas futuras na área. Pode ser abordado, por exemplo, um entendimento mais circular do processo comunicacional, trabalhando com a recepção; aqui deixada de lado dada a natureza e as limitações desta pesquisa. Como os usuários do *Twitter* (e outras mídias sociais) percebem esses novos formatos narrativos e o quanto sua interferência é importante para a manutenção/reconfiguração dos mesmos são boas perguntas a serem respondidas. O *Twitter* por si só, apesar de manter uma longa relação com o jornalismo, ainda é protagonista de poucas pesquisas acadêmicas. Mas seus recursos, ferramentas e possibilidades seguem propiciando debates, inclusive na área do jornalismo. A proposta de compra de 100% das ações da mídia social pelo bilionário Elon Musk, em abril de 2022, inclusive reascendeu

discussões sobre “liberdade de expressão” no *Twitter*. O CEO da Tesla propôs a retirada de anúncios do serviço (que são a forma como o *Twitter* ganha dinheiro hoje em dia) e até mesmo a criação de um botão para “editar *tweets*”, reivindicação de anos dos usuários da mídia social. Musk desistiu da compra em julho do mesmo ano. Mais quais seriam os impactos de tudo isso?

Com a presente dissertação, buscou-se apontar e refletir para algumas possibilidades acerca da já bastante discutida relação entre o jornalismo e o ambiente digital. Essa ligação tão intrínseca e, ao que parece, já irreversível, permitiu observar por outros vieses um conceito tão caro, a narrativa jornalística. Inseridas nas plataformas digitais e mídias sociais, assim como a maior parte do conteúdo jornalístico atual, as narratividades ainda mostram fôlego para os textos e para a pesquisa, mesmo que estejam, cada vez mais, se apresentando de outras maneiras. Entretanto, ao apropriar-se de recursos e ferramentas desse ambiente digital, as mesmas não perderam sua capacidade: enredar, informar e conduzir o leitor por sua história, seus personagens, fazê-lo ansiar por seus desfechos, mesmo que seja na partilha de pequenos fragmentos de 280 caracteres.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Yago Modesto. **Jornalismo em mídias sociais de imagens instantâneas**: as narrativas jornalísticas em formato de stories no Snapchat e Instagram. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Tocantins, 2018.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BELL, Emily.; OWEN, Taylor. A imprensa nas plataformas. Como o Vale do Silício reestruturou o jornalismo. (publicação da edição brasileira da Columbia Journalism Review). **Revista de Jornalismo ESPM**, Jul.Dez., 2017. Disponível em :<https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8D79PWH>
- BENETTI, Márcia. **Os Vínculos dos Leitores com o Jornalismo**: emoção, ethos e leitura como prática discursiva. Projeto de pesquisa CNPq. Porto Alegre: UFRGS, 2014.
- BENETTI, Márcia; STORCH, Laura S. Jornalismo, Convergência e formação do leitor. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 4, n, 2, p. 205-215, jan/jun. 2011.
- BERTOCCHI, Daniela. **Dos dados aos formatos**: a construção de narrativas no jornalismo digital. Appris Editora e Livraria Eireli-ME, 2016.
- BIRD, Elizabeth; DARDENNE, Robert. **Mito, registro e “estórias”**: explorando as qualidades narrativas das notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.) **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2. ed. p. 263-277. Lisboa: Vega, 1999.
- DALMONTE, E. F. **Narrativa Jornalística e Narrativas Sociais**: Questões acerca da Representação da Realidade e Regimes de Visibilidade. Teorias da Comunicação: Trajetórias Investigativas. UFBA, 2010.
- D’ANDRÉA, C. F. B. Rumo a uma plataforma do social. **Letras**, ano XII, n. 53, jul. 2017.
- D’ANDRÉA, C. F. B. Cartografando controvérsias com as plataformas digitais: apontamentos teórico-metodológicos. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 38, p. 28-29, 2018.
- D’ANDRÉA, C. F. B. **Pesquisando plataformas online**: conceitos e métodos. EDUFBA, 2020.
- FREITAS, Camila. **Alteridade e Jornalismo**: a outridade na editoria mundo da Folha de S. Paulo. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.
- HARCUP, T.; O’NEILL, D. What is News? Galtung and Ruge revisited (again). **Journalism Studies**, v. 18, n. 12, p. 1470-1488, 2017.

HERMIDA, A. Twittering the news: the emergence of ambient journalism. **Journalism Practice**, Vancouver, n. 3, p.297-308, 2010.

JURNO, A; D'ANDRÉA, C. F.B. Facebook e a plataformização do jornalismo: um olhar para os Instant Articles. **Revista Eptic** v. 22, n. 1, jan/abr. 2020.

LINDGREN, S.; LUNDSTRÖM, R. Pirate Culture and Hacktivist Mobilization: The cultural and social protocols of #WikiLeaks on Twitter. **New Media and Society**, v. 13, n. 6, p. 999-1018, 2011

LITS, Marc. As investigações sobre a narrativa mediática e o futuro da imprensa. **Mediapolis**: revista de comunicação, jornalismo e espaço público, [s.l.], n. 1, Coimbra University Press, p.14-29, 2015.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na WEB**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

MINTZ, André. G. Midiatização e plataformização: aproximações. **Novos Olhares**, v. 8, n. 2, p. 98-109, 2019.

MOTA, C. L.; MOTTA, L. G.; CUNHA, M, J (Orgs.) **Narrativas Midiáticas**. Florianópolis: Insular, 2012.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Jornalismo e configuração narrativa da história do presente**. Contracampo, Universidade Federal Fluminense, n. 12, p. 23-50, 2005.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Fronteiras – estudos midiáticos**, Unisinos, vol. 22, n. 1, 2020.

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

RECUERO, R; ZAGO, G. **Em busca das “redes que importam”**: Redes Sociais e Capital Social no *Twitter*. In: Anais do XIX Encontro da Compós, PUC/MG, 2009.

RESENDE, Fernando. **Às desordens e aos sentidos**: a narrativa como problema de pesquisa. In: SILVA, G., KÜNSCH, D., BERGER, C. e ALBUQUERQUE, A. (orgs.). **Jornalismo Contemporâneo: figuras, impasses e perspectivas**. Salvador, Brasil: EDUFBA/Compós, 2011.

RESENDE, Fernando. O Jornalismo e suas Narrativas: as Brechas do Discurso e as Possibilidades do Encontro. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, p.31-43, dez. 2009

- RIBEIRO, Elisa Antônia. **A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa**. Evidência: olhares e pesquisa em saberes educacionais, Araxá/MG, n. 04, p.129-148, 2008.
- RIBEIRO, Daiane; FOSSÁ, Ivete. O discurso jornalístico autorreferencial como estratégia da construção da “imagem de si”. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 8 n. 2, pp. 339-354, jul/dez. 2011.
- SALAVERRÍA, R. **Periodismo digital: 25 años de investigación**. Artículo de revisión. Profesional de la Información, v. 28, n. 1, 2019.
- SOSTER, Demétrio de Azeredo e PICCININ, Fabiana (Orgs). **Narrativas midiáticas contemporâneas: perspectivas epistemológicas**. Santa Cruz do Sul: Catarse, 2017.
- SILVA, G. P.; SANSVERINO, G. G.; SANTOS, M. F. L.; MESQUITA, L. Como as plataformas digitais provocaram uma ruptura no modelo de jornalismo consolidado no século XX. **Revista Eptic**, v. 22, n. 1, p. 161–172, 2020.
- VAN DIJCK, J. **The culture of connectivity: a critical history of social media**. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martjin. **The Platform Society: Public Values in a Connective World**. Oxford: Oxford University Press, 2018.
- ZAGO, G. **Recirculação jornalística no Twitter**. filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Porto Alegre, UFRGS, 2011.
- ZAGO, Gabriela. **Circulação e recirculação de narrativas do acontecimento no jornalismo em rede: a Copa do Mundo de 2014 no Twitter**. Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2014.
- ZAMIN, Ângela. Jornalismo de referência: o conceito por trás da expressão. **Revista Famecos**. PUCRS, Porto Alegre, V. 21, N. 3, 2014. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/16716/12570>>. Acesso em: 10 out. 2021.

APÊNDICE A – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM MATEUS CAMILLO, EDITOR DE INTERAÇÃO E REDES SOCIAIS DA FOLHA DE S. PAULO

A entrevista foi concedida ao autor deste trabalho através do serviço de comunicação por vídeo *Google Meet*, no dia 03 de dezembro de 2021, sendo totalmente gravada. A transcrição, a seguir, no formato “pergunta-resposta” corresponde ao conteúdo integral da conversa.

PERGUNTA: Fala um pouco sobre a sua trajetória enquanto jornalista, até a chegada na *Folha*.

RESPOSTA: Eu comecei na *Editora Abril*, como estagiário no portal *Abril.com*, que era um agregador de todo o conteúdo da *Abril*, então aprendi muito de jornalismo digital ali. Fiquei dois anos e meio lá e depois fui fazer o *trainee* do *Estadão*, uns três, quatro meses lá no *Estadão* foi uma experiência bem bacana também, fiz um produto especial, que todo *trainee* faz no final, e a gente faz um rodízio pelas editorias, então foi um primeiro contato. A *Editora Abril* era grande mas o local que eu trabalhava era uma editoria pequena e então o *trainee* foi o primeiro contato com uma empresa grande de jornalismo. Depois, acabei vivendo um pouco de *freela* no *Estadão*, na *Folha* e em outros lugares até que abriu uma vaga numa editoria que eu fazia bastante *freela* na *Folha*, que era de semanais então todos os cadernos semanais estavam reunidos nessa editoria. Eu escrevia principalmente para Turismo, para a Folhinha e para Tec. Então eu fui contratado para um contrato de nove meses, para cobrir férias na editoria. Deu um mês e meio da editoria e ela acabou devido, principalmente, a essa crise do jornalismo. Eles resolveram fechar a editoria e cada caderno migrou para um canto, outros fecharam e eu fiquei numa espécie de limbo. Mas aí conseguiram me encaixar em uma vaga temporária de redes sociais, que também coincidiu de ser até o fim do meu contrato. Anteriormente tinha uma editoria só de redes sociais e uma editoria de *home page*, e em 2016 eles juntaram as duas, então ficou tendo um editor só para *home page* e para mídias. Eu caí meio de paraquedas dentro dessa editoria e fiquei lá, a partir de abril de 2016, mas sempre gostei de redes sociais, desde o longínquo *ICQ* e,

principalmente, o *Orkut*, que permanece como minha rede favorita até hoje. Eu nunca tinha trabalhado especificamente com redes sociais, mas era uma coisa que eu gostava e acabei tomando jeito pela coisa. Quem faz redes sociais de veículo de jornalismo eu acho que você tem que ter um *mix* de duas coisas: o jornalista não pode nem ser só *social media*; não adianta nada saber tudo de redes sociais mas não ter o contato com o noticiário e entender o que é importante ou não dentro de um veículo como a *Folha*. Tem que ser uma espécie de meio termo, digamos assim, porque não adianta também ser muito repórter; porque se o jornalista for muito repórter, ele vai buscar sempre apurar, querer fazer entrevista, e não é o que a gente faz. Então é bem o meio termo mesmo, entre redes e conhecer as ferramentas, e gostar, estar de olho e saber conhecer o noticiário com profundidade. Pelo fato de não “ser repórter”, tem muita gente que não gosta mesmo de trabalhar no digital, porque a pessoa tem o sangue de repórter. Então é isso, eu fui crescendo ali dentro da editoria, criei as *threads* no começo do janeiro de 2019, e um pouquinho depois, em março de 2019, eu virei Editor Assistente, nessa editoria que continuava sendo de *home page* e mídia, posição em que permaneci até junho de 2021.

PERGUNTA: Quando foi criada e como é o funcionamento da Editoria de Interação e Redes Sociais da *Folha de S. Paulo*?

RESPOSTA: Em seguida, ainda em junho de 2021, houve uma nova mudança no organograma da *Folha*, momento em que foi criada a atual Editoria de Interação, que é a junção das redes sociais com o Painel do Leitor e todas as áreas de contato com o leitor. O objetivo da editoria, da qual me tornei editor, é fazer um intercâmbio entre os leitores da *Folha*, que são muitos; existe o leitor das redes sociais, o que é assinante, então são perfis diferentes, são públicos diferentes. Na editoria, a gente pensa em estratégias e ações para tentar aproximar todos esses tipos de leitores, principalmente trazer o leitor das redes para o site. Fazemos interações com os leitores também através de *lives* ou conversas virtuais, que depois viram textos para as redes e para o site do jornal, por exemplo. A ideia é criar esse intercâmbio em várias frentes, para o leitor ver que a *Folha* tem uma editoria específica para isso, que tem pessoas que

estão lendo e ouvindo suas demandas. Enfim, isso serviu como estratégia para fidelizar o leitor, para fazê-lo virar assinante e também compartilhar organicamente esse conteúdo e atrair gente das redes, da bolha dessas pessoas. Já foram mais de 30 interações assim desse tipo, sobre vários assuntos como o dia do voluntário, pobreza menstrual, onde a gente convidou mulheres para contarem histórias delas e teve muitos relatos fortes; então a gente tenta pegar esses ganchos do noticiário, como quando teve a Receita querendo taxar livros e fizemos tipo “conte sua história e o que você fazia para ter acesso a livros”, a penúltima conversa foi sobre a “terceira via”, onde a gente chamou uns oito leitores para vir conversar com jornalistas da *Folha* sobre o assunto e chamamos o diretor da sucursal de Brasília, Leandro Colon. Então a gente tenta, através também das *lives*, como quando fizemos um guia para brasileiros em Portugal, onde rolou até uma parceria com veículos e jornalistas portugueses; essa *live* virou um texto no site da *Folha* e ele deu uma boa audiência. Nas *lives* rolam interações, com as pessoas mandando perguntas, então é isso, é saber usar as ferramentas digitais para promover interação e aumentar o leitorado da *Folha*, creio que esse é um bom resumo. Redes sociais são super legais, mas o jornalismo na verdade sobrevive de assinaturas e de publicidade; a gente sabe que tá tendo essa migração do impresso para o digital, os dados são públicos, as assinaturas do impresso estão caindo, o *Estadão*, por exemplo, mudou o formato deles para *Berliner*, o digital está cada vez mais importante, mas a gente não sobrevive só de seguidores, não adianta. A gente é maior que o *Estadão* e *O Globo* no *Instagram*, para os três veículos é bom ter uma presença nessa rede, claro que a gente tá lá por causa disso, mas o que todos querem é aumentar a base de assinatura. E aí, como você faz isso com as pessoas que estão no *Instagram*? Você cria uma rede legal, para criar um *awareness*, para quando a pessoa for buscar notícia ele ter uma referência. Por exemplo, “a Marília Mendonça morreu? Vou na *Folha* ver”. Por que a pessoa está fazendo isso? Porque ela segue a *Folha* nas redes, ela sabe que a *Folha* faz *threads* legais no *Twitter* e tem um *Instagram* que é super jovem e divertido. São muitos detalhezinhos que vão compondo esse todo digital. O jornal tem outros núcleos digitais também, como a equipe de *home page* e a de audiência, que pensa muito em como aumentar a audiência desde tráfego via *Google*, através da *home page* e de *pushes*, até o tráfego via redes sociais. As

equipes estão sempre em contato nessa frente digital, e eu sou o responsável por esse braço específico de redes sociais e leitores.

PERGUNTA: Como surgiu a ideia de usar as *threads*, e como a *Folha* as usa?

RESPOSTA: O recurso da *thread* existe no *Twitter* desde final de 2017, e toda mudança chama a atenção, ainda mais no *Twitter* que era uma rede que por mais de década sempre foi muito parecida. Essa última gestão do Jack Dorsey realmente bastante diferente, de muitas mudanças daquilo que víamos no *Twitter*. Criaram o *Fleets* e o *Spaces*, depois abandonaram o *Fleets*, dobraram de 140 para 280 o número de caracteres, criaram as *threads*, enfim, muitas transformações. Talvez por isso mesmo, a *thread* foi um recurso que, no início, os usuários não sabiam direito como usar, para que usar ou não queriam ver “textão” no *Twitter*: “se eu quiser texto vou lá no *Facebook*”. Mas aí chegou no final de 2018 e eu comecei a ver pela primeira vez algum uso de fato para as *threads*, que foram aquelas *threads* de curiosidades sobre as profissões, que tiveram muita repercussão, muitos *likes*. E aí eu fiquei admirado, encantado com como estava legal aquele uso desse recurso, as pessoas contando histórias legais e até de suspense, como “descobri que na casa onde eu morava tinha uma pessoa vivendo escondida no porão”, então fiquei com isso na cabeça. Toda vez que lançam algum recurso novo eu fico pensando em como usar aqui para as redes da *Folha*. Com o início do Governo Bolsonaro surgiram coisas que nós nunca tínhamos vivido, pelo menos desde a Nova República. Na verdade, logo no começo todas as expectativas se confirmaram, com ele criticando a imprensa, surgimento de *fake news* e todo esse *modus operandi* do bolsonarismo. No segundo dia útil do ano, dia 3 ou 4 de janeiro, a *Folha* noticiou que o governo pretendia aumentar o IOF. Logo pela manhã, Bolsonaro anunciou, na entrada do Planalto, que estava aumentando a alíquota do IOF, conforme havíamos noticiado que o governo planejava. Aí corta para um terceiro momento, logo depois, que foi o Marcos Cintra, Secretário Especial da Receita falando, literalmente, aspas dele: “não; deve ter sido alguma confusão, ele não assinou nada”, se referindo à questão do IOF. Aí no quarto ato, o Onyx Lorenzoni, que na época era Ministro da Casa Civil, disse: “ele se equivocou,

ele assinou a continuidade do projeto da Sudam e da Sudene”; ou seja, nada a ver com o IOF. Então em um intervalo de cinco, seis horas foi do Bolsonaro confirmando o que a *Folha* tinha dado, para dois membros do governo desmentindo Bolsonaro literalmente. Isso é um problema até hoje né? De certa forma as histórias ficam picadas nas redes, e as vezes algumas coisas viralizam, como foi a história do coronel Siqueira. Um veículo publica alguma coisa e todo mundo vai atrás, mas as histórias ficam avulsas, uma galera já estava acreditando que ele realmente estava morto, no caso do Coronel, mas depois outra galera já acreditou que não. Hoje a gente vive nessa era das múltiplas versões, e com a questão do IOF foi exatamente isso, com os bolsonaristas acusando a imprensa e a *Folha* de *fake news*. Aí ocorreu um estalo, eu lembro até hoje desse momento Eureka; era umas seis, sete horas da noite e eu falei: “vamos pegar essas *threads* e usar elas para organizar temporalmente essa história, para mostrar o que aconteceu de fato”, então criamos uma espécie de narraçãozinha mesmo; porque os bolsonaristas podem continuar com a versão deles, mas ficaram muito claros ali os fatos porque ficou organizado de forma temporal. E aí a thread viralizou, teve uma repercussão muito, muito boa, com comentários do tipo: “olha aí, a *Folha* desenhando para vocês”; “a *Folha* arranjando um jeito de cobrir esse governo confuso” e “tem que dar um aumento para o estagiário”. E aí foi isso, a gente passou o primeiro ano do governo Bolsonaro fazendo *threads* desse tipo, foi o ano de maior confronto do Bolsonaro com a imprensa, em 2020 que ele mudou um pouco a chave para a pandemia, então tínhamos o Bolsonaro em confronto com o João Dória, com cientistas, em confronto com máscara e vacina; já não era mais ele unicamente criticando a imprensa, que claramente foi sua maior inimiga no primeiro ano. Isso foi muito forte, se analisar várias das *threads* da *Folha* somos nós respondendo a ataques. Inclusive, todas as *threads* ou matérias que fazíamos sobre o Bolsonaro, vários seguidores dele falavam coisas como: “ah, mas a *Folha* resolveu trabalhar agora, onde vocês estiverem esse tempo todo?”, o que nos levou a fazer uma thread chamada “Onde a *Folha* esteve esse tempo todo” em que pegamos furos e coberturas contra todos os governos, desde Getúlio Vargas e Arthur Bernardes. A gente procurou dar esse tom de confrontação mesmo, O Bolsonaro vinha e falava: “a *Folha* é a origem de todo o mal” é a gente trazia *threads* com furos contra o governo onde nós

teríamos sido “a fonte de todo o mal”. Todas as *threads* nesse momento viralizavam, então foi um momento muito bom mesmo do *Twitter* da *Folha* e das redes em geral. Eu posso falar isso sem presunção: nós inauguramos a era das *threads* no jornalismo. Depois da *Folha* todos os outros veículos começaram a fazer parecido. A gente as mantém até hoje, mas eu acredito que essas de 2019, nesse tom mais “humor” e “ironia”, e ao mesmo tempo jornalística, eu acho que só a *Folha* fez. Eu acho que esse é um estilo único, porque existe a *thread* mais informativa, mais noticiosa, como quando um repórter vai e faz um furo. Vou até dar um exemplo de outro veículo: o Breno Pires, que fez o furo do orçamento secreto, da história das emendas, fez um fio super legal no dia com a hashtag *tratoração*, e viralizou. Então esse tipo de *thread* continua sendo usada, mas ali, naquela linguagem, acho que é uma coisa única da *Folha*. Continuando a história, no começo de 2020 a gente ainda teve um resquício de 2019, que foram os ataques à Patrícia Campos Mello, então a gente tem algumas *threads* daquele período, quando surgiu a prova de que o rapaz tinha escrito para Patrícia Campos Mello e a gente fez uma reportagem mostrando que a Patrícia tinha se apresentado como jornalista, ele a chamou para ir no bar e ela nunca respondeu. E aí ele foi na CPI e falou que ela tinha falado com ele com objetivo sexual, então fizemos uma *thread* mostrando as provas, que viralizou também. E aí veio a pandemia e nossas *threads* mudaram, se voltando mais para serviço de utilidade pública, como quando fizemos um fio com todos os textos dos nossos que saíram do Paywall, outro falando que os assintomáticos também transmitiam o coronavírus, dentre outras. Então 2020 meio que mudou o foco para a pandemia, apesar de ter continuado tendo crise política, então fomos alternando com momentos dessa aura de 2019. Quando houve a queda do Moro, em abril de 2020, todos os bolsonaristas vieram falar que era *fake news* da *Folha*, que havia noticiado que o Moro pediu demissão. Só que o Bolsonaro ficou tentando segurar ele né. E aí veio influenciador, deputado, acusando a *Folha* de *fake news*. Mas na hora que, na madrugada seguinte, se confirmou a notícia de que o Moro foi exonerado, ficou provado que o furo da *Folha* estava certo, então decidimos fazer uma *thread* chamada “Não era *fake news*, era jornalismo” que viralizou demais também. A gente procura sempre dar esses usos, ainda não fizemos de forma tão constante nessa linha de 2019 porque as coisas foram mudando.

O Bolsonaro parou de atacar a *Folha* e até a Globo, logo não adiantava a gente ficar sempre atacando e contra-atacando, então a gente passou a mudar mesmo os usos da *thread*. Começamos a dar usos mais softs para os fios, usando também para os nossos especiais, por exemplo, então eu acredito que as *threads* sempre vão continuar sendo usadas de múltiplas maneiras. Uma das mais recentes, inclusive, inverteu um pouco a chave, porque vieram os petistas reclamar da *Folha*. No dia 18 de fevereiro publicamos: “Nas redes sociais, petistas estão dizendo que a imprensa não está cobrindo a viagem de Lula à Europa” e aí “Não é bem por aí. Siga o fio para ver o que foi publicado na *Folha*”. Podem ser feitas mil críticas à cobertura, à pouca cobertura, ao fato de não terem enviados especiais, discussão sobre o Lula ainda não ser candidato oficial, então não precisaria ter toda essa cobertura, enfim. Isso é uma discussão. Mas estavam falando que a mídia estava ignorando a passagem dele pela Europa, o que não era verdade. Ao abrir qualquer portal, pelo menos dos grandes, ia ter alguma referência a essa viagem. Nós fizemos essa *thread* então, que foi bem também, e inverteu um pouco a chave, porque veio o outro lado também nos criticar. Então eu imagino que vai acontecer muito isso nas próximas eleições; a gente vai fazer cobertura crítica para todos os candidatos, vão nos acusar de sermos de direita ou de esquerda. Mas eu acredito que as *threads* vão ser um aliado importante para 2022.

PERGUNTA: Quando e como surgiu a ideia de usar imagens padronizadas como “capa para as *threads*?”

RESPOSTA: É do começo da editoria também. A gente já estava com esse projeto um pouco antes mas calhou de ficar pronto logo que foi criada a editoria. O jornalismo é muito doido; de um, dois anos para cá você abre seu *Instagram* e não vê mais vídeo nem foto que não tenha nenhum texto acompanhando. Qualquer post vai ter alguma informação textual, então a gente acabou se adaptando a isso também, ao criar essa identidade visual. A nossa percepção é de que tá dando super certo, mas ainda estamos fazendo testes, que vão ser contínuos. Todos os veículos estão mudando constantemente, eles criam uma identidade visual, depois mudam um pouquinho, começam a fazer uns testes

de uns modelos. A gente vê o pessoal lá no exterior fazendo muito, eu adoro o *The New York Times* e o *The Guardian*, aí pensamos: vamos tentar fazer isso do nosso jeito aqui. Nos nossos posts recentes no *Instagram* tem uma publicação sobre a crise do clima em que a gente fez um negócio super legal e diferente. Teve uma matéria sobre a fome também, onde fizemos no formato carrossel e ficou super bacana. Estamos sempre em constante aperfeiçoamento; a gente entrou no *Tik Tok* e no *Telegram* oficialmente há pouco tempo também, então é uma constante. É legal e desafiador, porque a cada mês a gente tem que já estar de olho e estudando coisas novas.

PERGUNTA: Há algum formato ou padrão específico para as *threads* do jornal?

RESPOSTA: Não há um padrão específico para as *threads*. O formato é baseado no próprio encadeamento de *tweets* e, como você observou, ultimamente a gente tem feito essa capa e também sempre usamos um emoji no começo e a frase “siga o fio”. Geralmente são mais noticiosas, ou alguma matéria que a gente tá desmembrando em uma *thread* ou algum material especial. Então não tem um formato único. Se de repente nós vemos que vai fazer sentido fazer em uma forma de capítulos de novo, ou qualquer outra piração que venha na cabeça, a gente vai estar aberto para isso. Sempre que dá, a gente tenta fazer essa narrativa, essa historinha. Não fizemos sempre para não banalizar, que, aliás, é uma boa palavra. Qualquer coisa que você faça demais, você banaliza. Se olhar as datas das *threads*, vai ver que tem um intervalo de tempo de uma para outra, as vezes maior, as vezes menor. A gente explorou alguns formatos. Tem a *thread* do edital do MEC que a gente como se fosse um edital, um livro, com parágrafos. A gente tenta não gastar o modelo. Por exemplo, agora na época da CPI foram seis meses intensos de CPI né e a gente quase todos os dias fazia *threads*, que podiam nem sempre bombar ou viralizar, mas para nós funcionava, levava tráfego para o site, que, como a gente conversou no começo, é o que importa também. Pode ser que agora em 2022, com a eleição, a gente comece a ver novamente uma possibilidade de explorar formatos diferentes, mas sempre com alguma sacadinha desse tipo.

Depois que a gente fez essas primeiras, mais noticiosas, que passaram a ter muita atenção; essa *thread* do edital, por exemplo, virou reportagem no Comunique-se, no Jornalista e Cia, tipo: “*Folha* usa *threads* com linguagem narrativa”. Então a gente passou a ter uma atenção muito grande, meio que o *talk of the town*. Foi aí que, pela primeira vez, a gente percebeu que poderia ter uma *thread* auto-referencial. Obviamente não foi uma decisão só minha, que ainda era social media, então a gente discutia com a chefia do jornal. Todas essas referenciais são discutidas com a chefia do jornal, nós não saímos fazendo. A maioria das *threads* que apresentam essa linguagem diferente são acatadas, porque o jornal é bem aberto mesmo para esse tipo de conteúdo. Se pegar a história da *Folha*, vai ver que nos anos 80 foi criado o Projeto *Folha*, por exemplo; a *Folha* sempre fez matéria sobre si, sempre falou de si mesma, e então a gente segue um pouco desse espírito do jornal nas redes também. A gente utiliza muito as *threads* também para resgatar conteúdos antigos. No caso da CPI, por exemplo, aqueles senadores bolsonaristas estavam sempre falando as mesmas coisas. Tem um inclusive que é aí do daí do Sul, o Heinze, que sempre mencionava o cientista francês Didier Raoul, ele completava uma cartelinha de bingo dele. Tosa vez que ele falava sobre esse cientista, a gente soltava alguns textos que já tínhamos selecionado sobre, como que Didier Raoul tinha sido processado na França por estimular o uso da cloroquina. Então a *thread* permite bastante esses usos de textos antigos, seja para criar um novo fio ou para contextualizar. Naquela *thread* que falamos que a *Folha* sempre foi crítica aos governos, tem bastante textos antigos, e eu acho que eles funcionam como prova viva do que a gente tá querendo falar ali.

PERGUNTA: Se observa bastante o uso das *threads* como uma forma de a *Folha* contra-atacar Bolsonaro. O quão definidores esses ataques foram para a utilização do recurso pela *Folha*?

RESPOSTA: Tem uma *thread* legal, que é a de uma pesquisa *Datafolha*, que mostrava que o Bolsonaro estava em queda livre, por causa de toda a gestão dele na pandemia. E aí os bolsonaristas, de novo, vieram chamar a pesquisa de data *fake*, de *fake news*. E o que a gente fez? A gente pegou *tweets* dessas

mesmas pessoas, comemorando quando a pesquisa era favorável ao Bolsonaro, como quando saiu o auxílio emergencial pela primeira vez e a aprovação do Bolsonaro foi lá para cima. Pegamos esses *tweets* e fizemos uma coisa meio antes e depois. Nas próximas eleições, provavelmente terão *threads* auto-referenciais, porque aquele espírito de 2018, da campanha, vai vir para cá com certeza. Uma coisa que eu nunca falei, acho que você vai ser o primeiro a ter esse material para a sua análise, que foi junto com isso de eu ficar estudando as *threads* e pensar em como usar no jornalismo, quando vi também aqueles fios das profissões, foi quando o Bolsonaro ganhou a eleição, e no dia seguinte, na segunda-feira, ele foi para o Jornal Nacional, e uma das primeiras coisas que ele fez não foi agradecer os apoiadores ou os brasileiros, nem falar o projeto de futuro dele para o país. Uma das primeiras coisas foi criticar a *Folha*, sem brincadeira, tipo nos cinco primeiros minutos ele atacou a *Folha* e logo os apoiadores dele começaram a atacar a *Folha* também. E aí começou a ter uma campanha orgânica muito grande para assinar a *Folha*; nós vimos o que estava acontecendo e aí a direção do jornal quis fazer alguma coisa. E aí eu falei: “bom, a gente pode, dentro do próprio tweet que a gente fez com a notícia de que o Bolsonaro tinha atacado a *Folha*, responder como comentário”. Então a gente tem acredito que uns dois ou três *tweets*, em uma espécie de mini *thread*, como se fosse um editorial da *Folha*, uma resposta do jornal. Foi a direção do jornal que fez o texto, mas a gente respondendo o Bolsonaro, dizendo que a *Folha* faz jornalismo e que o candidato devia se preocupar com outras coisas foi em uma mini *threadzinha*. De certa forma, esse é o embrião das *threads* da *Folha*, sabe, porque juntou esse contra-ataque, juntou organizar a narrativa, juntou todos esses elementos que a gente está falando.

PERGUNTA: Como se dá a utilização de recursos audiovisuais na composição da *thread*?

RESPOSTA: Uma coisa que eu acho muito engraçado mesmo, é se a gente fizer um tweet agora usando um GIF, vai ter um comentário sobre isso. Nós usamos o máximo de recursos que dá, como vídeo, meme, GIF, etc. A gente é muito aberto mesmo aos memes, eu acho que é isso mesmo que você falou:

não tem um padrão, vai depender muito mesmo, porque como a gente atua em várias frentes, em um momento a gente vai gastar mais energia com os stories ou carrossel do Instagram, outra hora a gente vai gastar energia com vídeos no Tik Tok, ou vai fazer um texto pro Hashtag, que é o blog da editoria. Talvez o New York Times tenha uma pessoa só para fazer *threads* o tempo inteiro, por exemplo, mas aqui a gente vai se virando nos 30, então o dia em que um tá fazendo um story especial, o outro tá cobrindo outras coisas. É a mesma coisa pra *thread*. A gente destaca alguém em alguns momentos específicos, quando o noticiário permite, então acho que é até por isso a gente não faz mais *threads* ou pense em mais coisas, porque acaba interferindo na sua rotina do dia a dia. Mas a gente nunca esquece nenhum dos recursos, as *threads* são alimentadas regularmente, stories especiais são feitos regularmente, mas tudo faz parte desse fluxo. Sempre que possível eu priorizo usar um recurso ilustrativo diferente, não somente a capa, o card da matéria do site. Dar uma cara diferente à *thread*, aumenta sua chance de viralização. Primeiro criamos todo o fio e aí depois a gente depois a gente pensa em qual vai ser a capa, por exemplo. Tem uma *thread* muito legal que fizemos como se um repórter especializado em cyber tivesse invadindo a conta da *Folha* no *Twitter*, então fizemos o fio na primeira pessoa dele. Foi um uso bem diferente do recurso, fizemos tipo: “Agora é Rafael Hernández que assume a conta da *Folha* e nesse fio eu vou falar sobre a segurança das urnas, etc”, usamos bastante GIFs. Foi um canso em que pensamos a *thread* inteira para ser dessa maneira.

PERGUNTA: Como vocês utilizam as outras redes sociais?

RESPOSTA: Todas as redes são importantes. O *Instagram*, por exemplo, não dá audiência em tráfego direto, mas tem a questão de *awareness* que eu já mencionei; e a gente é gigantesco em termos de jornalismo no *Instagram*, então fazemos stories especiais, uma nova identidade visual nova, carrosséis. Faz cinco meses que a gente voltou para o *Facebook*, o *Tik Tok* a gente está começando agora, ainda sambando um pouquinho e tal mas já tem coisas muito legais feitas. Nós temos uma pessoa quase que só para o *Tik Tok*, não é 100%, porque tem muitas coisas para fazer. Eu acredito em todas as redes,

acho que todas tem sua importância. Algumas trazem mais tráfego, outras não. As que mais trazem: *Twitter* e *Facebook*. O *Facebook* até tem caído nos últimos anos. *Instagram* e *Tik Tok* trazem tráfego? Não diretamente e nem em grande volume, mas são muito importantes porque nos coloca em conversa com um público novo e jovem, que precisa ter você como referência, que precisa saber que você tá lá. É aquele exemplo que falamos, sobre a Marília Mendonça morrer e a pessoa que está em dúvida de onde ver essa notícia, ela vai na *Folha* ou ela vai jogar no *Google* e vai confiar na *Folha* quando ela aparecer nos primeiros resultados. A gente está em um mundo que desde a criança de seis anos até o avô de 80 estão nas redes sociais, e aí procuramos trabalhar dentro desse objetivo da editora de interação, que não é nem 8 nem 80. Nem só ficar nas redes, visando levar o leitor para o site, mas também não é ser uma rede fria e sem conteúdo. A gente tenta ser o 42 do 8 ou 80. Todas as nossas redes têm esse papel institucional, de divulgação de todo o conteúdo da *Folha*. Seja um vídeo no *Tik Tok* que a gente leva para o *Twitter*, seja um podcast, coluna ou blog novo que estreia, nós somos uma vitrine, uma espécie de loja da *Folha*. Então nossa preocupação é expor tudo que relevante e noticioso e também tudo que é novo do jornal, que a gente quer que os leitores conheçam, como newsletters. Eu sempre olho também os retornos e a interação dos leitores. É importante ter esse *feedback* para saber o que funcionou ou não, para saber que tipo de linguagem usar. O mais importante é fazer uma análise qualitativa de como foi esse retorno. Essa última *thread* do Lula não chegou a viralizar, mas ela já deu uma amostra do *zeitgeist*, digamos assim, que vai ser essa campanha: qualquer texto mais crítico ao Lula vai sofrer ataque. Então a gente vê tanto buscando o retorno positivo, tipo: “olha a *Folha* usando memes, etc”, e também como uma forma de saber para que lado as coisas estão caminhando. Tanto é que a *thread* “Onde esteve a *Folha* esse tempo todo” se originou se tanto eu ver essa pergunta nos comentários, por exemplo.